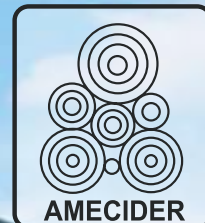


Gestión de los territorios. Innovación tecnológica, capital humano y turismo con innovación social y sustentabilidad

*Ryszard Edward Rózga Luter
Ventura Enrique Mota Flores
Coordinadores del Volumen V*

**Colección “Nuevas territorialidades. Gestión de los territorios
con inclusión, innovación social y sostenibilidad”**

Coordinada por Juana Isabel Vera López



COLECCIÓN

**NUEVAS TERRITORIALIDADES. GESTIÓN DE LOS
TERRITORIOS CON INCLUSIÓN, INNOVACIÓN SOCIAL Y
SOSTENIBILIDAD**

VOLUMEN V

**GESTIÓN DE LOS TERRITORIOS. INNOVACIÓN
TECNOLÓGICA, CAPITAL HUMANO Y TURISMO
CON INNOVACIÓN SOCIAL Y SUSTENTABILIDAD**

Coordinación Institucional

Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A. C.
Universidad Nacional Autónoma de México

Soporte Institucional

Coordinación de Humanidades, UNAM
Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM
Regional Science Association International

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Enrique Luis Graue Wiechers
Rector

Leonardo Lomelí Vanegas
Secretario General

Guadalupe Valencia García
Coordinadora de Humanidades

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS

Armando Sánchez Vargas
Director

José Manuel Márquez Estrada
Secretario Académico

Patricia Llanas Oliva
Secretaria Técnica

Jesús Rodrigo Ramírez Negrete
Secretario Administrativo

Graciela Reynoso Rivas
Jefa del Departamento de Ediciones

ASOCIACIÓN MEXICANA DE CIENCIAS PARA EL DESARROLLO REGIONAL A. C.

José Luis Ceceña Gámez ^{In Memoriam}
Presidente Honorario

Juana Isabel Vera López
Presidenta

José Gasca Zamora
Expresidente

Crucita Aurora Ken Rodríguez
Susana Suárez Paniagua
Vicepresidentas

Artemio Ramírez López
Secretario

Sergio De la Vega Estrada
Tesorero

Sarah Eva Martínez Pellegrini
María del Pilar A. Mora Cantellano
Mayanin A. Sosa Alcaraz
Hada Melissa Sáenz Vela
Vocales

COLECCIÓN

**NUEVAS TERRITORIALIDADES. GESTIÓN DE LOS TERRITORIOS CON
INCLUSIÓN, INNOVACIÓN SOCIAL Y SOSTENIBILIDAD**

JUANA ISABEL VERA LÓPEZ
(Coordinadora de la colección)

VOLUMEN V

**GESTIÓN DE LOS TERRITORIOS. INNOVACIÓN TECNOLÓGICA, CAPITAL
HUMANO Y TURISMO CON INNOVACIÓN SOCIAL Y SUSTENTABILIDAD**

RYSZARD EDWARD RÓZGA LUTER
VENTURA ENRIQUE MOTA FLORES
(Coordinadores del volumen)



Gestión de los territorios. Innovación tecnológica, capital humano y turismo con innovación social y sustentabilidad

Volumen V de la Colección: Nuevas territorialidades. Gestión de los territorios y recursos naturales con sustentabilidad ambiental

Los trabajos seleccionados para este libro fueron revisados por pares académicos, se privilegia con el aval de la institución editora.

Primera edición, 13 de noviembre de 2023

© Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad Universitaria, 04510,

Coyoacán, México, Ciudad de México

Instituto de Investigaciones Económicas,

UNAM Circuito Mario de la Cueva s/n, Ciudad Universitaria, 04510,

Coyoacán México, Ciudad de México

ISBN UNAM Colección: 978-607-30-8305-8

ISBN UNAM Volumen V: 978-607-30-8308-9

© Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A. C.

ISBN AMECIDER Colección: 978-607-8632-35-0

ISBN AMECIDER Volumen V: 978-607-8632-38-1

Diseño de portada © Armultimedios

DOI: <https://doi.org/10.22201/iiec.9786073083089e.2023>

Compilación, corrección y formación editorial: Karina Santiago Castillo e Iván Sánchez Cervantes

Tamaño de la colección: 300 MB

Tamaño del Volumen V: 28 MB

Derechos reservados conforme a la ley.

Los contenidos de este libro pueden ser reproducidos, sin alterarlos, sin fines lucrativos y citando la fuente completa con dirección electrónica. Otras formas de reproducción o publicación de los contenidos requieren autorización escrita de la institución editora o de los coordinadores del texto.

Hecho en México / Made in México

ÍNDICE

Introducción	08
Primera parte. Empresa, innovación tecnológica y capital humano en el desarrollo endógeno	11
Capítulo 1. Factores del desarrollo regional	11
<i>La innovación tecnológica en el contexto del sistema regional de innovación y el rol de las organizaciones intermedias en Ciudad Juárez, Chihuahua, México</i>	
María de Lourdes Ampudia Rueda y Lisbeily Domínguez Ruvalcaba	13
<i>La seguridad pública factor clave en el desarrollo de las Mipymes en la Región XV Texcoco, del Estado de México</i>	
Ma. de los Ángeles Velázquez Martínez, Melesio Rivero Hernández y Mayra P. Pérez Román	29
<i>Factores de desarrollo en Chihuahua: capital humano y propiedad intelectual</i>	
Myrna Limas Hernández y Julieta Flores Amador	45
<i>Estado de la economía del dato en América Latina</i>	
Araceli Olivia Mejía Chávez, José Luis Solleiro Rebolledo y Eduardo Ulises Galicia Galicia	67
Capítulo 2. Innovación social como factor y COVID-19 como condicionante del desarrollo local	91
<i>La remunicipalización del organismo operador del agua potable de Ramos Arizpe, Coahuila: ¿Caso de una victoria de innovación social no sostenible?</i>	
Luis Aguirre Villaseñor, Gloria Tobón De Garza y René Mendoza Alfaro	93
<i>Innovación social y competitividad de las MiPyMEs artesanas de San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca</i>	
Leobardo Daniel Cruz Garcia, Maricela Castillo Leal y Antonio Miguel Ramírez Jiménez	109
<i>La innovación social, un proceso vinculante con el territorio y los actores sociales en las comunidades indígenas del municipio de Aldama, Chiapas</i>	
Lucky Alejandrina Gutiérrez Pérez y María Guadalupe Ocampo Guzmán	125
<i>Efectos del COVID-19 en el concepto de negocio y en las funciones básicas de los Restaurantes de Culiacán, México</i>	
Héctor Gabriel Zazueta Beltrán, César Omar Sepúlveda Moreno y Nora Teresa Millán López	137
<i>La Inclusión e Innovación Social en la Ciudad de México ante la Crisis Sanitaria por COVID-19: un Análisis a través de las Monedas Sociales</i>	
Ariadna Hernández Rivera	155

Capítulo 3. Factores endógenos del desarrollo local	169
<i>Comportamiento organizacional de un grupo de productores de chocolate de la Chinantla, Oaxaca, en el contexto de desarrollo endógeno</i>	
Rosario Aide Hernández López y Gualdemar Delfino Felipe Reyes Cortes	171
<i>Retos de la economía social y solidaria, en Oaxaca. El caso de las microempresas de mezcal de Santiago Matatlán, Oax. (2020-2022)</i>	
Othón Cesáreo Ríos y Vázquez, Karla de los Ángeles Pablo Calderón y Ruth María Ortiz López	189
<i>Innovación tecnológica, trabajadores y desarrollo endógeno en el transporte de la Ciudad de México</i>	
Bernardo Navarro Benítez	213
<i>La empresa comunitaria de carbón vegetal Ka Niula Yanni y el desarrollo endógeno en San Juan Evangelista Analco, Oaxaca</i>	
Vilma Idalia Antonio Cruz, Tania Valentina Pérez Riaño Arredondo y Jorge Antonio Acevedo Martínez	231
 Segunda parte. Turismo y desarrollo regional	 251
Capítulo 4. Pueblos Mágicos, destinos turísticos inteligentes, y empleo en turismo: La complejidad de la gestión turística	251
<i>Éxitos y fracasos a 22 años del programa gubernamental “Pueblos Mágicos”: el caso de estudio de Michoacán de Ocampo, México</i>	
Georgina Jatzire Arévalo Pacheco	253
<i>Propuesta de diseño de negocios sociales en el Pueblo Mágico de Cholula Puebla, como estrategia de desarrollo socioeconómico de los productores agrícolas de la región</i>	
Adolfo Federico Herrera García, Jesús Ismael Morales Sánchez y Gabriela León Valentín	271
<i>Ley de Turismo en el Estado de Guerrero, propuestas para su actualización</i>	
Justino Arziga Castañón, Teresa de Jesús Rivas Pérez y Jorge Enrique Muñoz Sánchez	291
<i>Destinos turísticos inteligentes, variables y etapas primarias</i>	
Benjamín Antonio Ceballos Ceballos	309
<i>Calidad del empleo en el sector hotelero de Los Cabos: análisis mediante el modelo de ecuaciones estructurales</i>	
Angélica Montaña Armendáriz, Gilberto Martínez Sidón y Juan Carlos Pérez Concha	329
<i>Turismo oscuro: la apertura de un nuevo modelo turístico en el contexto mexicano</i>	
Oscar Alberto Maldonado Ibarra y Sara Paola Pérez Ramos	343

Capítulo 5. Patrimonio, impactos y gestión del turismo regional	357
<i>Patrimonio territorial y turismo biocultural: caso Citilcum, Izamal, Yucatán</i>	
Ángel Eduardo Peraza Cano, Mayanin Sosa Alcaraz y Raúl Alberto Santos Valencia	359
<i>La gastronomía tradicional y el turismo culinario como potencial para impulsar la soberanía alimentaria en Yucatán: el caso de las cocineras de Cuxtal</i>	
Ana Laura González Alejo	375
<i>Análisis del enoturismo y su vínculo con el desarrollo en Baja California</i>	
Yuliana Hernández García, René Augusto Marín Leyva y Enrique Armas Arévalos	389
<i>Integración social al desarrollo turístico Riviera San Marcos en el Estado de Guerrero</i>	
Miguel Ángel Cruz Vicente, Guadalupe Olivia Ortega Ramírez y Naú Silverio Niño Gutiérrez	409
<i>Factores que inciden en el desarrollo turístico y su influencia en el desarrollo regional</i>	
Mayra Velásquez Casián, Rosa María Martínez Jiménez y Leticia Rodríguez Ocaña	429
<i>Paisajes agaveros. Impactos socioambientales a partir de la patrimonialización del territorio, un acercamiento desde el análisis de los Cambios de Cobertura y Uso de Suelo (CCUS)</i>	
Alejandro Padilla Carrilo y Mariana Betzabeth Pelayo Pérez	445
Capítulo 6. Turismo comunitario, ecoturismo e indígena, y dimensiones culturales del desarrollo urbano	461
<i>Turismo Indígena: Una propuesta de ruta Valles Centrales-Mixes-Sierra Norte</i>	
Ricardo Alarcón Alcántara, María de Lourdes Vázquez Arango y Eric Amín Ramírez Castillo	463
<i>El ecoturismo como estrategia para el desarrollo sustentable del municipio de Calakmul, Campeche</i>	
Luis Francisco Pérez Sánchez, Oscar López Chan y Luis Antonio Pérez Camargo	481
<i>Sugerencias para el estudio de los impactos sociales del turismo en un contexto latinoamericano</i>	
Hugo César Ciambelli Romero	499
<i>La Feria Nacional de San Marcos: Espacio Social-Urbano</i>	
Fernando Padilla Lozano, Pablo Gutiérrez Castorena y Brisa Herminia Campos Aceves	515

Introducción

Una vez concluida la contingencia sanitaria global del virus SARS-CoV-2, México ha iniciado un proceso de recuperación económica, sin embargo, el país continúa requiriendo propuestas que conduzcan a la definición de nuevas territorialidades para construir un mejor futuro.

En el marco del 28° Encuentro Nacional sobre Desarrollo Regional en México de este año, se promueve un espacio de reflexión académica sobre las "Nuevas territorialidades. Gestión de los territorios con inclusión, innovación social y sostenibilidad".

Las nuevas territorialidades hacen referencia al papel proactivo de los actores mediante procesos de inclusión, innovación social y sostenibilidad. La inclusión entendida como reconocimiento de sectores tradicionalmente marginados por razones de género, etnia y condición social; comprende la dotación de capacidades y generación de condiciones materiales que brinden oportunidades de empleo e ingreso; espacios de participación y toma de decisiones, así como, políticas públicas hacia la equidad y la cohesión territorial.

La innovación social hace referencia a iniciativas emanadas desde los actores sociales en función de sus necesidades y aspiraciones a fin de aportar soluciones diferentes a sus problemas. Se ha reconocido como un elemento clave en las nuevas formas de gestión productiva y gobernanza orientadas a mejorar las condiciones sociales y de los entornos de vida y trabajo de las comunidades, así como de los procesos de co-producción de iniciativas territoriales desde los actores con lógicas y racionalidades alternativas a las ortodoxas y los marcos institucionales imperantes.

Finalmente, la sostenibilidad refiere a los procesos de preservación, reproducción y continuidad en las distintas dimensiones que integran a los territorios, a saber, económica, social, cultural, ambiental y político institucional, especialmente en los ámbitos regionales. En el marco del Encuentro se reflexionan propuestas que apuntan hacia la sostenibilidad regional, las capacidades de adaptación y resiliencia de los sistemas socio-ambientales de acuerdo a las especificidades de los marcos socio-territoriales, así como el diseño de espacios de gobernanza orientados a la gestión sostenible de recursos o la resolución de conflictos socio-ambientales.

Estos componentes son considerados como ejes articuladores que propician el diálogo y debate académico del Encuentro AMECIDER 2023. Como producto editorial de divulgación, se compendian siete volúmenes. Siendo este quinto volumen integrado por aportaciones sobre los temas de "Empresa, innovación tecnológica y capital humano en el desarrollo endógeno" y "Turismo y desarrollo regional".

Se inicia con el tema "Empresa, innovación tecnológica y capital humano en el desarrollo endógeno". Se tiene que en las últimas décadas la economía globalizada del capitalismo de ha padecido constantes crisis económicas, la última y la de mayor impacto ha sido la del período 2020-2022 provocada por la pandemia Covid-19, así como la inflación económica producto del conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, y el desplazamiento de empleos debido al incremento del uso de modernas tecnologías de la información y comunicación e inteligencia artificial y robotización. Esta crisis económica generó en México, y en todo su territorio, una disminución de la actividad económica, el cierre de negocios, aumento del desempleo, pérdida de ingresos y disminución del nivel de bienestar para la población en general.

Frente a estos problemas la respuesta que debe buscar tanto la economía nacional como las economías regionales y locales consiste en aprovechar los activos territoriales, aumentar la eficiencia de

los procesos de producción y posicionar los sistemas productivos de base territorial como vías de desarrollo endógeno local-regional. Cada vez mayor importancia adquiere los mecanismos de innovación social, el fortalecimiento de espacios relacionales de los agentes, la formación de instituciones y empresas, la economía del sector social y popular y, los factores del desarrollo endógeno.

A este tipo de problemáticas tratan de responder los trabajos presentados en esta temática que se encuentra organizada en tres secciones: Factores del desarrollo regional, Innovación social como factor y COVID-19 como condicionante del desarrollo local y Factores endógenos del desarrollo local.

La primera sección destaca problemáticas sobre los factores del desarrollo regional tales como: innovación tecnológica, organizaciones intermedias, seguridad pública, capital humano y propiedad intelectual. Resumiendo, esta parte de los trabajos confirmaron la importancia de los tres factores mencionados para el desarrollo regional, pero también añadieron factores si no “nuevos” por lo menos no tan frecuentemente mencionados como la buena organización del sistema regional de innovación, empresas intermediarias, seguridad pública, adecuada representación de las mujeres así como aprovechamiento del capital humano de la región y la importancia del adecuado proceso de patentamiento.

La segunda sección la constituyen trabajos sobre la innovación social como factor y la pandemia del COVID-19 siendo condicionante del desarrollo local. Entre las problemáticas de las tres aportaciones presentadas destacan la innovación social como promotor del desarrollo local en sus diferentes dimensiones: como proceso no sostenible, como base de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas artesanas y como un proceso vinculante con el territorio y con los actores sociales en las comunidades indígenas. Lo interesante es que las tres aportaciones se refieren al ámbito local, que son la ciudad y municipios. Por otro lado, tenemos dos aportaciones sobre el COVID-19 como condicionante del desarrollo local.

La tercera sección de aportaciones se refiere a diferentes factores endógenos del desarrollo local. Los cuatro trabajos destacan problemáticas del comportamiento organizacional de un grupo de productores locales, los retos de la economía social y solidaria ejercida a través de las microempresas en el ambiente local, los procesos de innovación en transporte y el papel de la empresa comunitaria en el desarrollo endógeno.

A manera de resumen, los doce trabajos presentados en este grupo temático muestran una panorámica bastante amplia pero también heterogénea de los diferentes aspectos del desarrollo regional y local. Las problemáticas discutidas abordan el núcleo del tema general del encuentro ya los temas de empresa, innovación y desarrollo endógeno, de acuerdo con especialistas, conforman el motor de la economía capitalista y especialmente en su corte territorial que presentan los enfoques regional y local.

En el tema de “Turismo y desarrollo regional”, se tiene que la actividad turística se encuentra en plena recuperación, así indicado por estadísticas y reportes oficiales nacionales e internacionales. Lo cual, hace pensar que, la gestión debe encausar las inversiones y la política pública, dirigida a mercados diferentes al sol y playa, promoviendo un desarrollo equilibrado en los territorios pero, sobre todo, respetando los ecosistemas y la cultura local.

Las herramientas de gestión y los enfoques de planeación son indispensables para la política pública y privada. En ese sentido hemos observado que algunos prestadores de servicios incorporan en sus políticas privadas la gobernanza corporativa; y desde el poder público, se promueven nuevas herramientas para impulsar el turismo sustentable, respetando los derechos humanos, para evitar desequilibrios regionales y, que se explore y desarrollen nuevos mercados para un turismo sustentable que genere bienestar en las comunidades receptoras.

Bajo esta visión, el tema se estructura en tres secciones. La primera sección trata sobre el Programa Pueblos Mágicos. Mediante un estudio de caso se analizan los 22 años de implementación de esta política pública. Otro trabajo aborda los destinos turísticos inteligentes resaltando las etapas e importancia de su gestión. Más adelante, se analiza el empleo en turismo, mediante un modelo de ecuaciones estructurales que nos dan una idea de la calidad de los empleos en el sector hotelero de Los Cabos, Baja California Sur. Finalmente se expone un enfoque sobre un producto novedoso con la idea de diversificar y actualizar la oferta turística generando nuevas rutas de desarrollo.

En la segunda sección, en los trabajos se discute sobre patrimonio territorial y turismo biocultural, en Izamal, Yucatán. También se analizan dos temas que complementan la gestión del turismo en el territorio: la gastronomía tradicional y el turismo culinario como potencial para impulsar la soberanía alimentaria, caso de las cocineras de Cuxtal. Siguiendo el tema gastronómico, en otro trabajo se plantea al enoturismo como desarrollo de Baja California. Por otro lado, respecto a impactos y gestión del turismo regional. En esta línea también se presenta otro trabajo sobre paisajes agaveros, señalando sus impactos ambientales a partir de la patrimonialización del territorio. Contribuyendo a los temas de la mesa, se presentan también, un trabajo sobre integración social al desarrollo turístico utilizando a la Riviera San Marcos, Guerrero; y se concluye con un análisis sobre los factores que inciden en el desarrollo turístico y su influencia en el desarrollo regional.

Finalmente, la tercera sección trata el tema del ecoturismo como estrategia para el desarrollo sustentable del municipio de Calakmul, Campeche; otro tema, analiza el turismo indígena, presentando una propuesta de Ruta de Valles Centrales, Mixes Sierra Norte, en Oaxaca; también se presenta una reflexión para el estudio de los impactos sociales del turismo en un contexto latinoamericano; y, finalmente se presenta un estudio que plantea las dimensiones culturales del desarrollo social y urbano en la Feria de San Marcos.

PRIMERA PARTE

CAPÍTULO 1

ACTORES DEL DESARROLLO REGIONAL

La innovación tecnológica en el contexto del sistema regional de innovación y el rol de las organizaciones intermedias en Ciudad Juárez, Chihuahua, México

María de Lourdes Ampudia Rueda ¹

Lisbeily Domínguez Ruvalcaba ²

Resumen

A partir de estudios previos sobre las políticas de Ciencia, Tecnología e Innovación (PCTI) del estado de Chihuahua, observamos la formación incipiente del Sistema Regional de Innovación. Algunos hallazgos revelan que el gobierno de Chihuahua ha impulsado acciones que favorecen a la innovación como elemento para el desarrollo regional, sin embargo, se carece de un diálogo entre los tres niveles de gobierno para concretar y fortalecer dichas iniciativas, lo cual no implica la ausencia de interacciones, sino que se debe tener claridad acerca de las capacidades de los agentes y sus vínculos. Dada la relevancia del SRI como herramienta analítica para identificar agentes involucrados en la innovación tecnológica se sabe que éstos acorde con la literatura, están presentes a nivel estatal y municipal, además, existen sectores industriales con potencial innovador, lo que revela que el estado ha realizado esfuerzos por considerar a la innovación tecnológica en su agenda. No obstante, aún falta analizar ¿cómo interactúan estos agentes –gobierno, empresas, academia y organizaciones intermedias– para llevar a cabo innovaciones tecnológicas? El propósito de este trabajo es mostrar los avances de investigación del proyecto denominado “Actores, vínculos y redes en el Sistema Regional de Innovación (SRI). Caso Chihuahua, México” respondiendo a la pregunta de ¿cómo se construye la infraestructura de conocimiento desde la intervención gubernamental para la creación de centros de innovación industrial?, tomando como referencia el Distrito de Innovación en Ciudad Juárez. Esto considerando la referencia teórica de los SRI y utilizando el método cualitativo, el cual incluye el análisis documental y entrevistas a personas clave³. Entre los hallazgos se observa la importante vinculación que se formuló entre la administración estatal (del periodo 2016-2021 como un periodo de fuerte intervención) con el desarrollo del Distrito de Innovación en Ciudad Juárez y sus tres centros operando como organizaciones intermedias.

Conceptos clave: 1. Sistema Regional de Innovación, 2. Agentes, 3. Organizaciones intermedias

Introducción

Recientemente se ha fundamentado que como parte de las iniciativas para desarrollar una industria local o incorporarla a partes de las cadenas productivas mundiales, los gobiernos

¹ Dra. en Estudios Urbanos. Profesora Investigadora de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, lampudia@uacj.mx

² CDra. en Economía Internacional. Profesora Investigadora de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

³ La investigación se sustenta en el análisis cualitativo basado en entrevistas semiestructuradas en particular las realizadas al director General del CIA, Eduardo Castillo (entrevista in situ), al director de Vinculación, José Mireles y a la directora del Instituto de Innovación y Competitividad de la SIDE, Lisbeily Domínguez (entrevistas realizadas durante el Seminario de Innovación y Redes, ICSA-UACJ 2021).

(nacionales, regionales, estatales o locales) han diseñado e instrumentado políticas para el mejor desempeño de algunas industrias o sectores. Casos como Corea del Sur, Singapur y China son ejemplos reconocidos, cuya evidencia muestra que un factor relevante para su desarrollo fue la voluntad política para formular una estrategia industrial y establecer un bloque de políticas de ciencia y tecnología e innovación, lo cual generó un cúmulo de capacidades tecnológicas y organizacionales en determinadas industrias nacionales (Amsden, 1992, Liu et al., 2011).

Los cambios mundiales recién presentan dos aspectos que observar en la producción global: la industria 4.0 y el nearshoring; éste atrajo la atención en el ámbito económico, debido a su característica de reubicación de centros de producción y proveeduría hacia los países de origen; creando movimientos significativos sobre los mercados de factores de producción, productos y servicios. La llamada Industria 4.0 se refiere al conjunto de tecnologías encauzadas en el internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés), la minería de datos y la manufactura aditiva (3D) (Rüßmann et al., 2015)⁴.

Las nuevas condiciones permitieron formular políticas industriales y estrategias de industrialización en los países en vías de desarrollo. Si bien la política industrial debe establecer la estructura productiva de una economía, en las últimas décadas se ha enfatizado el rol del conocimiento y la innovación como partes sustantivas del crecimiento económico, ambos desarrollados y promovidos por políticas de ciencia, tecnología e innovación (PCTI) (Nelson, 1993; Lundvall, 2010; Schot y Steinmuller, 2018).

México tiene características singulares, ya que ha efectuado, por un lado, políticas industriales pasivas, esto es, dejando que tanto las fuerzas del mercado, el desarrollo de la industria manufacturera, así como la incorporación de empresas nacionales a las cadenas de producción operen en el sistema productivo. Mientras que, por otro, ha implementado PCTI para impulsar la generación de conocimiento e innovación en sectores públicos y privados (Casas et al., 2014).

Asimismo, algunos autores analizan las PCTI demostrando la débil articulación del sistema de innovación en México (Dutrénit, et al., 2010). Ante estas perspectivas de análisis, se puede ver la deficiente comunicación entre dichas políticas, y entre los niveles de gobierno, para definir con claridad las acciones instrumentales de las PCTI. Derivado de ello, a nivel estatal se ha buscado generar las condiciones para crear y mejorar sus capacidades tanto de atracción de inversión extranjera directa (IED), como de desarrollo de industria local, basado en el enfoque de los sistemas nacionales y regionales de innovación; de los cuales se enfatiza la importancia de la participación de los diversos agentes como las empresas, universidades, organizaciones intermedias, y agencias gubernamentales (Chaminade y Edquist, 2010; Buenrostro, et al., 2011; Ordoñez, 2017).

Se aborda en la primera sección el marco teórico-conceptual que soporta la interrelación entre las políticas de CTI para el crecimiento económico, para identificar la importancia de centros de generación de conocimiento como las instituciones de educación superior (IES) y los centros de públicos de investigación (CPI) y organizaciones intermedias

4 The Boston Consulting Group señala que la Industria 4.0 consta del internet de las cosas industrial, ciberseguridad, la nube, manufactura aditiva, realidad aumentada, análisis de bases de datos, robots autónomos, simulación, y sistemas de integración vertical y horizontal.

(OI) bajo el contexto teórico de los SRI. En la segunda sección, se presenta el marco contextual de las PCTI del estado de Chihuahua, a partir de los programas, diseño de las estrategias y acciones. Posteriormente se documentan las iniciativas de la PCTI-Chihuahua orientadas hacia la creación de organizaciones intermedias tales como el Centro de Innovación e Integración de Tecnologías Avanzadas (CIITA), el Centro de Innovación en Moldes y Troqueles (CIMyT) y el Centro de Inteligencia Artificial (IA.Center). Por último, se ofrecen las conclusiones.

Marco teórico-conceptual: Políticas de Ciencia, Tecnología e Innovación

Los estudios en economía se han orientado hacia el análisis de los factores y mecanismos que generan el crecimiento, reconociendo que la política industrial es determinante para la creación de la estructura productiva.

Así mismo, se observa la relevancia de las PCTI para la generación y difusión del conocimiento como elemento clave para la innovación y el crecimiento económico. Se adiciona la importancia de la colaboración, interacción y cooperación entre los diferentes agentes –como empresas, universidades, centros de investigación, organizaciones intermedias– que contribuyen a solidificar el crecimiento económico.

Las Políticas de Ciencia Tecnología e Innovación (PCTI) y los Sistemas regionales de innovación (SRI)

Algunos autores han definido a la política industrial a partir de las actividades productivas para orientar cambios a la estructura económica e impulsar algunas actividades más que otras (Sánchez y Moreno-Brid, 2016) en colaboración entre sectores. (Rodrick, 2008).

Desde las crisis de los noventa, diversos análisis advierten la pertinencia de efectuar políticas con la intervención del gobierno para generar conocimiento tecnológico que ayude a concebir innovaciones, de ahí que se hable de un conjunto de políticas “de ciencia y tecnología, de inversión extranjera directa, sobre derechos de propiedad intelectual... contenidas de la acumulación de conocimientos información y habilidades” (Romero, 2016:17 citando a Cimoli, Dosi y Stiglitz, 2009). Por tanto, se requiere la creación y difusión del conocimiento en una economía.

A partir de entonces, la innovación juega un papel decisivo en la competitividad de las empresas y el crecimiento económico. Además, se ha argumentado que la innovación es un proceso largo, que demanda recursos financieros, humanos y de infraestructura e incluye riesgos. Por tanto, se necesita una guía que ayude a canalizar dichos recursos hacia objetivos específicos. Las PCTI han ganado protagonismo en los paquetes de políticas industriales para impulsar las inversiones en ciencia y tecnología para generar, difundir, explorar y explotar conocimiento y consolidar las capacidades tecnológicas que se traduzcan en innovaciones, analizando la evolución de las PCTI en su enfoque, sus objetivos e instrumentos. (Salomon, 1977; Oszlak y O'Donnell, 1995; Schot y Steinmuller, 2016).

Entre el periodo 1980-2000, con la globalización se enfatizó la eficiencia económica para la competitividad con la intervención del estado a fin de enmendar las fallas de sistema,

como la falta de colaboración y coordinación entre agentes. Para 2010, emerge una transformación significativa que prioriza problemas sociales y ambientales, atendiendo las características y necesidades específicas de las regiones y sus sociedades (Schot y Steinmuller, 2018).

Como las PCTI tienen por objeto generar y difundir conocimiento, se requiere la colaboración de diferentes agentes debido a la complejidad de las actuales tecnologías (biotecnología, nanotecnología, inteligencia artificial); considerando un enfoque sistémico, que reconozca a la innovación como resultado del intercambio de información y conocimientos de los agentes como empresas, centros públicos de investigación (CPI), instituciones de educación superior (IES), todos ellos actuando dentro de un entorno institucional que favorezca dichos intercambios, lo que se denomina Sistema de Innovación.

En los ochenta surge la corriente de la economía de la innovación (Freeman, 1982), la cual señala que el cambio tecnológico y la innovación lo que pueden generar crecimiento económico y analizan los procesos de generación de innovaciones en países desarrollados. Nelson y Winter (1982) mencionan que el conocimiento es el elemento principal y que el aprendizaje es el mecanismo para generar capacidades tecnológicas, desarrollar y comercializar nuevos productos apoyados por un marco institucional. Lundvall (2010), enfatiza que en países en vías de desarrollo (PEVD) también es indispensable la participación del gobierno para promover las relaciones entre los diferentes agentes tanto públicos como privados.

En los PEVD, las PCTI parten del gobierno considerando un sistema nacional de innovación. Aunque, algunos autores señalan la importancia de desarrollar un SRI, cuyos fundamentos son: el valor del conocimiento tácito (Asheim, et al., 2007), y su transferencia a través de redes donde participan diferentes agentes localizados en una región más o menos determinada (Audretsch y Feldman, 2004). Por ello, se deben conocer las características específicas de las regiones para conocer su potencial generación de conocimientos y cómo transferirlo de forma efectiva hacia las empresas (Breschi y Lissoni, 2001; Giuliani, 2006).

Así, se infiere una estrecha relación entre las políticas industriales que inciden en la definición de la estructura productiva por intervención del gobierno y las PCTI que buscan generar y difundir conocimiento que ayude a la innovación tecnológica.

Las Políticas de CTI en el estado de Chihuahua

En México, existen regiones que por más de cincuenta años acumularon experiencia y capacidades en la manufactura industrial, como el estado de Chihuahua⁵. Desde los sesenta se promovió a las maquiladoras, el comercio intraindustrial y la IED; aunque ésta, es limitada en la creación de capacidades productivas, tecnológicas y de innovación nacionales (Sánchez y Moreno-Brid, 2016; Cimoli, 2000; Dutrénit, et al., 2010).

En la última década se ha acentuado el debate de incorporar en la agenda gubernamental la importancia de las PCTI, aunque la industrialización del norte de México se

⁵ En Ciudad Juárez, comenzó desde la implementación del Programa de Fomento a la Industria Maquiladora de Exportación (1965) en el norte del país y acentuada por la puesta en marcha del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN-1994), hoy conocido como T-MEC (2021).

basó en maquiladoras caracterizadas por ser subsidiarias de empresas multinacionales cuya principal estrategia es bajar el costo de la producción. Este nuevo enfoque presenta diversos retos ante la globalización, la reorganización mundial de las cadenas de valor, alta dependencia con la industria de los Estados Unidos y por la reciente llegada de la Industria 4.0. Ello, traza nuevos desafíos para lograr y/o sostener el crecimiento económico y la competitividad por medio del soporte al desarrollo de capacidades y generación de innovaciones tecnológicas para los actores locales y regionales.

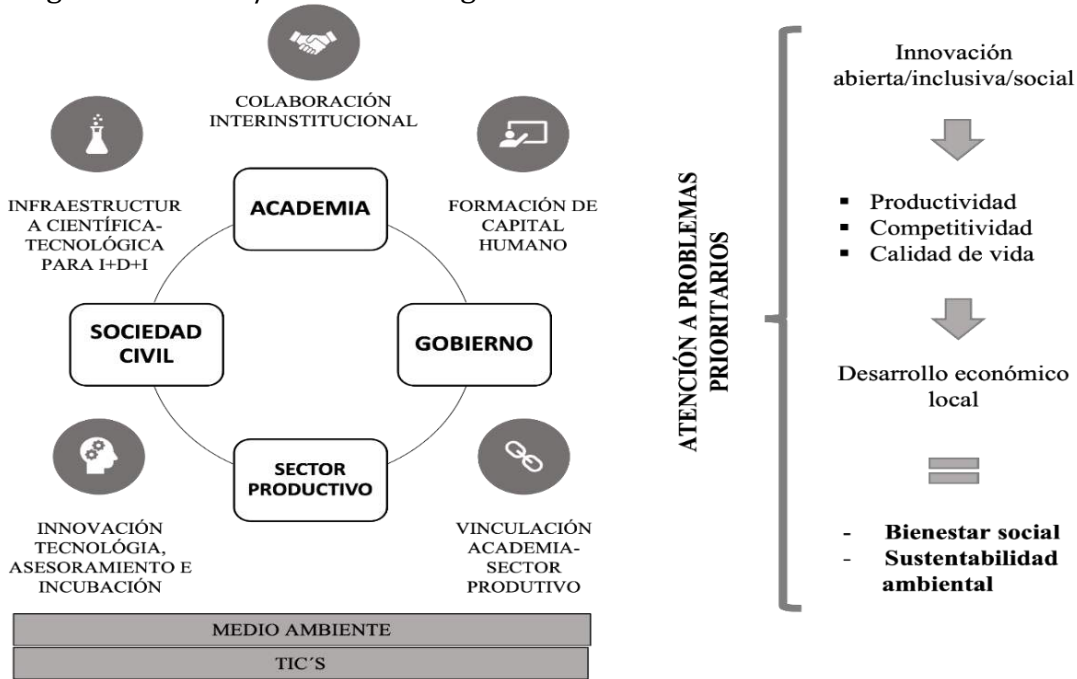
Hoy día, el estado de Chihuahua se afana en la integración del ecosistema regional de innovación con la participación de diversos actores. Tal como la colaboración a través de redes de emprendimiento e innovación, y la creación de proyectos regionales de innovación considerando sus vocaciones productivas. Además, existen proyectos de soporte para infraestructura CTI de apoyo a empresas y a emprendedores en vinculación con la academia y la sociedad. A partir del periodo 2016-2021, se introdujo el enfoque de innovación como factor de productividad, competitividad y crecimiento económico, estableciendo esta categoría en el nombre de la Secretaría de Economía a la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico (SIDE). Ello dio impulso a programas, proyectos y acciones orientados hacia la innovación, en todas las actividades de dicho organismo, con la premisa de transitar hacia una economía basada en el conocimiento, donde la integración de un ecosistema regional de innovación es fundamental para tales fines.

Este cambio hacia la innovación tecnológica en las regiones por parte del gobierno y empresarios revela hasta qué punto ésta prioridad ha sido respaldada por las políticas públicas e instituciones que ofrecen apoyo hacia una actividad que demanda grandes inversiones e infraestructura científico-tecnológica.

Además, se elaboró el modelo de innovación y desarrollo económico con el objeto de atraer inversiones intensivas en conocimiento con mayor contenido tecnológico, así como también, instrumentos financieros y de capacitación para las pequeñas y medianas empresas (PyMES) locales y el desarrollo de talento acorde con las nuevas demandas de empleabilidad del mercado laboral, ante la llegada de empresas con procesos que requieren mayor calificación de la mano de obra, bajo seis líneas de enfoque como: innovación operativa y tecnológica, creación y desarrollo de empresas chihuahuenses, atracción de visitantes, promoción estratégica para el desarrollo equilibrado, desarrollo y retención de inversiones y desarrollo, retención y atracción de talento., con el propósito de lograr mayor competitividad y valor agregado. Este modelo implementado por la SIDE, implica la conformación de estrategias para el funcionamiento de un ecosistema regional de innovación considerando un carácter sistémico donde participan diversos agentes para su integración. (Figura 1)

Haciendo referencia al enfoque de innovación operativa y tecnológica, se desarrolló la política de CTI y realizaron acciones para impactar en: la formación de talento, desarrollo tecnológico especializado, conformación de proyectos de desarrollo tecnológico en conjunto academia-industria; y el eje de desarrollo de infraestructura científica y tecnológica por región; dichas acciones se desarrollaron de manera transversal involucrando a diversas dependencias no solo al interior de la SIDE sino de otras áreas de gobierno y organizaciones externas. (Figura 2)

Figura 1. Sistema/Ecosistema regional de innovación basado en la tetra-hélice



Fuente: Elaboración propia con base en Domínguez (2021).

Figura 2. Ejes y programas de ciencia, tecnología e innovación



Fuente: Elaboración propia con base en SIDE (2017) y SIDE (2022).

Se destaca el desarrollo de centros de innovación estratégicos en el estado sobre todo en la zona norte que contempla la Región Juárez, pues, aunque se ubican en la zona diversas industrias de los sectores automotriz, biomédico, electrónica y electrodomésticos, etc., y

cuenta con importantes IES estatales y nacionales, se carecía de infraestructura CTI especializada que se articulara y brindara soluciones de tecnología de punta.

Sobre el Desarrollo de infraestructura CTI por región se generaron los siguientes centros (SIDE,2017):

Región Juárez Distrito de Innovación: Centro de Innovación e Integración de Tecnologías Avanzadas (CIITA); Centro de Innovación en Moldes y Troqueles (CIMYT) y Centro de Inteligencia Artificial (CIA)

- Región Chihuahua: Science and Innovation Park, CT-HUB
- Región Cuauhtémoc: Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico (CIDET)
- Región Delicias: Hub de Desarrollo e innovación para la agroindustria.

Es relevante observar la forma de organización y administración de los centros y la inversión para su instalación. También, la forma de gobernanza de éstos es distinta con respecto a cada tipo de centro, proliferando la existencia de asociaciones civiles como forma de operación, para evitar que cambios de gobierno puedan afectar la operación, y financiamiento de éstos.

Organizaciones intermedias como agentes vinculantes e importancia en el SRI

Las interacciones entre los agentes desde la perspectiva del SRI ocurren dentro de las actividades innovadoras, mediante acciones entre los agentes que crean tecnologías y generan conocimiento con los usuarios de estos.

Entre los agentes clave están las organizaciones intermedias (OI), las cuales desempeñan un importante papel en esta mediación ya que son agentes que interpretan las necesidades de las tecnologías en desarrollo de los usuarios (Pérez, 2016). También, las OI realizan diversas acciones en el proceso de innovación, ya que posibilitan las relaciones entre otros agentes, propiciando ambientes de confianza y certidumbre, contribuyen al aprendizaje, la creatividad de nuevos diseños y productos, así como la expansión de las redes. Como enlaces, sus funciones tienen como intención incorporar nuevos productos al mercado, procesos, métodos organizacionales y comerciales y fortalecer el contexto institucional (Pérez, 2016).

Casalet y González (2006) afirman que la diversidad de las funciones de las OI, su flexibilidad organizativa, cambio de actividades y roles, y baja burocratización permiten cimentar un mercado integrado de servicios, articulando a empresas, centros de investigación y gobierno, orientados hacia el fomento productivo. La emergencia de las OI, su carácter híbrido y afianzamiento es manifestación de un modelo interactivo de innovación que recalca la generación de conocimiento en diferentes ámbitos institucionales, redes y organizaciones híbridas de investigación (Jaso, 2011; Lam, 2002).

Los principales argumentos de autores como Van Lente et al. (2003), Van der Meulen (2007) y Stezano (2009) sostienen que el crecimiento, expansión y diversidad de las OI ocurre principalmente por la naturaleza del conocimiento científico, la investigación y el lugar que las OI tienen en la vida social y en el debate político, además de su inclusión en las

políticas. También, mencionan como otras razones, el hecho de que la mayor complejidad de conocimientos e innovaciones se produce y sostiene por redes de empresas e instituciones, la presencia de imitación transnacional y ciertas tendencias en las políticas públicas; el origen del financiamiento gubernamental a la ciencia e investigación y los aspectos relacionados con su autonomía e independencia.

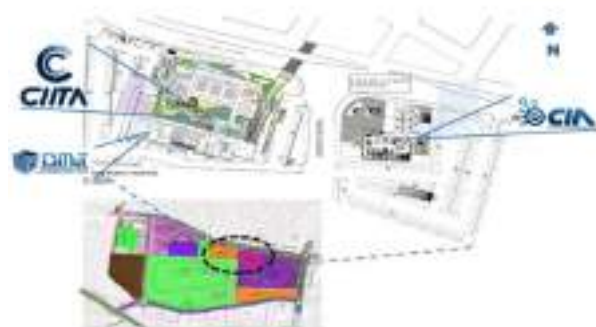
Acorde con las argumentaciones teóricas previas, en el estado de Chihuahua, las PCTI se orientaron hacia el fomento y creación de algunas OI con el propósito de potenciar el desarrollo sustentable. Buena parte de la infraestructura de conocimiento está principalmente en las universidades, ya que cuenta con más de cien IES, pero pocas se centran en áreas de innovación tecnológica. Además, las OI que operan en Chihuahua como centros de investigación son pocas las que generan conocimientos en investigación y desarrollo; podemos advertir que de la red de los Centros Públicos CONACyT, el estado alberga la sede del Centro de Investigación en Materiales Avanzados, S.C., (CIMAV), subsedes del Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A.C., (CIAD) localizadas en las ciudades de Cuauhtémoc y Delicias; El Colegio de la Frontera Norte, A.C. y El Colegio de Chihuahua localizados en Ciudad Juárez.

De acuerdo con SIDE, 2017 y 2022 las estrategias de impulso a la innovación para el desarrollo sustentable de la entidad y por iniciativa de agentes como IES y empresas, durante el periodo 2017-2021 se crearon cuatro OI en el estado, tres en la Región Juárez: el Centro de Innovación e Integración de Tecnologías Avanzadas (CIITA), el Centro de Innovación en Moldes y Troqueles (CIMYT) y, el Centro de Inteligencia Artificial (IA.Center), conformado un complejo denominado distrito de innovación.

Distrito de Innovación

El distrito tiene la finalidad de fortalecer, crear e integrar empresas de mediana y alta tecnología, mediante la actuación de los centros, siendo factores de articulación e impulso de la productividad regional a través de la formación de talento, desarrollos tecnológicos y servicios requeridos por el sector industrial, y por la población en general para su inserción en la transición digital y conocimiento de tecnologías avanzadas. El desarrollo de éstas OI contó con una inversión en infraestructura y equipo por un monto de \$329 millones de pesos cuyas fuentes fueron diversas, pero principalmente de origen estatal. A continuación de describe a cada una de las OI mencionadas. (Figura 3).

Figura 3. Distrito de innovación



Fuente: Elaboración propia con base en SIDE (2017)

Centro de Innovación e Integración de Tecnologías Avanzadas (CIITA)

El CIITA surge como una iniciativa empresarial de una organización conocida como CONREDES (Consejo Regional para el Desarrollo de la Educación y Sustentabilidad) en 2015. Entre el 2015 y 2016 que Desarrollo Económico de Ciudad Juárez, A.C. y el Municipio de Juárez, financian el anteproyecto conceptual y estratégico para el desarrollo del CIITA (DECJ, 2017). Para el 2016-2018, a través del Instituto de Innovación y Competitividad (I2C) de la SIDE, se desarrolla el proyecto ejecutivo inicial para su construcción. En 2018 en colaboración con CONACYT, se establece como demanda estratégica para la obtención del financiamiento para su construcción y equipamiento con el Fondo Mixto CONACYT-Gobierno del Estado de Chihuahua por un monto de 160 millones de pesos y una aportación complementaria del Fideicomiso de Puentes Internacionales del Gobierno del Estado de Chihuahua por 80 millones de pesos, cuyo monto total fue de 240 millones de pesos, siendo el Instituto Politécnico Nacional (IPN) el encargado de su ejecución (FOMIX, 2018; Domínguez, 2021).

La región de Juárez es de vocación predominantemente industrial, principalmente la IME, donde se desarrollan productos para diferentes sectores entre ellos: Automotriz y Autopartes, Aeronáutica, Eléctrico y Electrónica, Equipo Médico y Biomédico, así como Logística y Distribución de productos (DECJ, 2017; FOMIX, 2018). Actualmente el CIITA, brinda integración de nuevas tecnologías e investigación aplicada con innovación, para atender necesidades en formación de talento, desarrollo tecnológico de alto nivel, desarrollo de nuevos productos y servicios en áreas de manufactura avanzada, electrónica avanzada y tecnología de información y comunicación para las diferentes industrias locales, IME y PyMes industriales (CIITA, 2023).

Cuenta con infraestructura de laboratorios disponible para la industria, desarrollo de nuevos productos y capacitación en alta tecnología ((CIITA, 2023): de maquinados avanzados, de metrología, de manufactura aditiva, de prototipado electrónico SMT, de cómputo avanzado, de pruebas EMC (compatibilidad electromagnética), de integración tecnológica y de integración social. Otros servicios a las empresas son: mapeo de procesos productivos, proyectos vinculados, transferencia tecnológica (propiedad intelectual, comercialización, vigilancia tecnológica, diagnóstico e identificación de alternativas tecnológicas, etc.).⁶

Además, el CIITA se articula con las IES de la región, organizaciones de la sociedad civil, con otros centros de investigación e innovación nacionales y extranjeros y comunidades de emprendimiento tecnológico, a fin de atender los problemas, necesidades y oportunidades no solo de la región fronteriza sino también del estado y el país. Adicionalmente, siendo parte del sistema politécnico, se integra a la Red de centros de innovación y centros de vinculación y desarrollo regional que se encuentran en el país (15 centros). La finalidad del CIITA es impactar en la productividad regional, ser soporte para el desarrollo de fortalezas mediante

6 Con los diversos programas y servicios que despliega el CIITA han atendido requerimientos diversos solicitados por más de 20 empresas del ramo industrial entre PyMES e IME. Además de haber impactado en más de 500 personas en los diversos cursos y talleres certificados que han proporcionado de 2022 a la fecha (CIITA, 2023).

el talento y detonador para la transformación en la gestión de los diversos procesos productivos de la industria.

Su gobernanza es un consejo de gobierno presidido por el IPN que incluye representantes de la comunidad académica local, (Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, UACJ); de la IME líderes en la región (Aptive, Lear, Bosch, Safran, Johnson&Johnson), de la industria local (SEISA, REXMED) y de PyMEs industriales (PIMA), así como representantes de la sociedad civil (Fondo Unido) y del sector gubernamental (SIDE, CONACYT), a fin de que orienten hacia dónde desarrollar proyectos tecnológicos y talento humano acorde con las tendencias globales, ya que el CIITA deberá ser autosostenible financieramente en el corto plazo con la implementación de proyectos en vinculación con la industria, la provisión de servicios altamente especializados y capacitación de alto nivel tecnológico (CIITA, 2021).

Centro de Innovación en Moldes y Troqueles (CIMyT)

El CIMyT surge por iniciativa del Gobierno del Estado de Chihuahua a través de la SIDE para desarrollar capacidades técnicas, científicas, recursos humanos y poseer equipos especializados para atender la demanda creciente en esta área tecnológica de moldes y troqueles. Los recursos económicos para desarrollar y constituir al CIMyT provinieron de fondos del Programa para el Desarrollo de la Industria de Software e Innovación (PROSOFT) de la Secretaría de Economía Federal en la convocatoria de 2018 para la implementación de centros industriales de innovación, también de la SIDE a través del I2C, de la UACJ, del Centro de Entrenamiento en Alta Tecnología (CENALTEC) y de Industria Local de Ciudad Juárez. La coordinación del proyecto quedó a cargo de Desarrollo Económico de Juárez, A.C., y la inversión conjunta fue de 24.5 millones de pesos (CIMyT, 2019; I2C, 2022).

El objetivo del CIMyT es fortalecer a las PyME a través de la capacitación altamente especializada para el área de moldes y troqueles, así como, proveer servicios de manufactura y mecánica avanzada y proponer proyectos de desarrollo e innovación tecnológica (CIMyT, 2019).

En una primera etapa se llevaron a cabo cursos para ingenieros de las empresas socias del centro, con certificación en el uso de software especializado para el diseño de moldes (NX de Siemens y Solid Works); y además, se adquirió equipo para brindar servicios de mecanizado de alta precisión y mantenimiento correctivo: Centro de Mecanizado Vertical con capacidad de corte de grafito, Electroerosionadora de Penetración, y Electroerosionadora de hilo, a este equipamiento se suma la aportación en especie de un Centro de Mecanizado Vertical de cinco ejes instalado en UACJ, un Microscopio electrónico de barrido en UACJ y un Equipo de Soldadura Laser instalado en CENALTEC.

El CIMyT se encuentra en el CENALTEC pero en el corto plazo el equipamiento será ubicado en el área creada para ello en el Distrito de Innovación y será operado mediante un acuerdo de colaboración que actualmente se encuentra en proceso. A través del CIMyT se brindan servicios de capacitación en sus áreas tecnológicas (manufactura y mecánica avanzada), servicios de mecanizado de alta precisión, soldadura por método laser, caracterización de materiales por microscopia electrónica, asesoría para el desarrollo e innovación tecnológica de proyectos postulados por emprendedores, micro, pequeñas y medianas empresas, desarrollo de ingeniería de manufactura, capacitación en

mantenimiento de moldes de inyección, diseño de moldes en NX o SOLIDWORKS, programación y operación de centros de mecanizado de alta precisión (CIMyT, 2019).

El CIMyT es una asociación civil cuya gobernanza considera un consejo directivo conformado por cinco empresas PyMES (SEISA, REXMED, Tamuse Systems, PIMA, Solutions Tools), una organización empresarial (Desarrollo Económico de Ciudad Juárez, A.C.), un cluster internacional de moldes, troqueles y herramientas, dos representantes de gobierno estatal (I2C y CENALTEC), una IES (UACJ) y un centro de innovación (CIITA) (I2C, 2022).

Centro de Inteligencia Artificial (IA.Center)

El IA.Center fue iniciativa de la SIDE Chihuahua a través del I2C, para atender una demanda creciente manifestada por diversos agentes del SRI, con respecto a la importancia de la transformación del talento humano hacia la adopción y desarrollo de habilidades digitales y la posterior concreción en proyectos tecnológicos y startups fundamentados en diversas áreas de la Inteligencia Artificial (IA), esto para atender los requerimiento presentados en la región por capital humano calificado en estas tecnologías y, también, para proporcionar otras herramientas a la población que les permitirán contar con una mayor movilidad social mediante el mejoramiento de sus niveles ingreso a través del incremento de sus capacidades y cualificaciones en estas tecnologías emergentes.

Es así, que el I2C en conjunto con expertos en el tema, desarrollaron el proyecto conceptual-estratégico del Centro y, la Subsecretaría de Obras Públicas del gobierno del Estado en Ciudad Juárez realizó el proyecto ejecutivo para su construcción que comenzó en 2019 con recursos de multas electorales y presupuesto estatal, representando una inversión de 64.5 millones de pesos (I2C, 2022).

Para 2020 el IA.Center comienza operaciones con el propósito de “...desarrollar programas y proyectos de aprendizaje, innovación y emprendimiento enfocados en generar conocimiento aplicado aprovechando tecnologías del área de la inteligencia artificial para fomentar la competitividad tecnológica de la región y bienestar público mediante una vinculación con los sectores industrial, académico, social y público” (<https://www.ia.center/es/>). Los programas y servicios se engloban en tres marcas: a) IA-Skills (aprendizaje), que implementa programas y actividades para el desarrollo de talento orientado a niños, jóvenes y adultos (cursos, certificaciones, diplomas); b) IA-Solutions (innovación) que despliega actividades para el desarrollo tecnológico en Inteligencia Artificial (IA) vinculados con la industria (cursos, diplomas, certificaciones, proyectos tecnológicos, servicios, consultoría); y, c) IA-Start (emprendimiento), desarrollo de actividades para el emprendimiento de base tecnológica. En cada uno de ellos se aplica la IA, ciencia de datos e Industria 4.0, así como cómputo numérico, medios digitales, blockchain, programación (Python), machine learning, robótica, ciberseguridad, manufactura digital, DevOps, sistemas embebidos, Big Data, etc.⁷

⁷ Se han emitido 36 convocatorias e impartido más de 150 cursos con tres mil personas capacitadas y certificadas de un registro de 10 mil aspirantes, lo que representa una eficiencia terminal del 30% superior a otros centros similares como Coursera o Edx (6% - 7%) (IA.Center, 2022).

Adicionalmente, cuenta con bolsa de trabajo donde está registrado el recurso humano capacitado por este centro y de esta manera impulsa la proveeduría de fuerza laboral capacitada en IA. También ofrece servicios de alquiler de espacios para capacitación y de oficinas equipadas con internet de 10 GB, y cursos masivos abiertos en línea con contenido de diseño propio y ha integrado recursos humanos formados por el centro como capacitadores.

El desarrollo de los diversos programas y actividades que realiza el IA.Center es en vinculación con diversas instituciones educativas (UACJ, Instituto Tecnológico de Juárez, Universidad Tecnológica, IPN, Instituto Tecnológico de Monterrey, etc.), organizaciones de la sociedad civil (Fondo Unido y el Instituto Promotor de la Educación, etc.), gubernamentales (SIDE, I2C, SEyD, Juárez Limpio), así como con la industria (Honeywell, Microsoft, Transtelco, Hubbell, Teleflex, Aptiv, etc), formando toda una red de colaboración compartiendo contenidos, dando soporte técnico, soporte financiero, o bien otorgando servicios de capacitación y desarrollo de aplicaciones (IA.Center, 2023).

Actualmente, el IA.Center es autosostenible financieramente gracias a que sus ingresos propios han incrementado debido a la creciente demanda en formación de capital humano en IA, logrando continuar con sus operaciones y no depender de recursos del gobierno del estado que, desde la entrada de la nueva administración, a partir del 2021, dejó de suministrarles fondos.

Por último, es importante destacar que el IA.Center se conformó como una asociación civil cuya gobernanza se basa en un consejo directivo formado por dos representantes del gobierno del estado (I2C, SEyD), cuatro representantes de sector industrial (Southwest Maquila, Honeywell, Transtelco, Microsoft), y tres representantes de la sociedad civil (Fondo Unido, IPE, AgroIA) (I2C, 2023). La articulación de los diversos actores en las actividades que desarrolla el IA.Center permiten ver algunos aspectos sobre el funcionamiento del microsistema de innovación el cual tiene la capacidad de adaptarse a las necesidades del entorno local.

Conclusiones

Ante las preguntas de ¿cómo interactúan estos agentes –gobierno, empresas, academia y organizaciones intermedias– para llevar a cabo innovaciones tecnológicas? y ¿cómo se construye la infraestructura de conocimiento desde la intervención gubernamental para la creación de centros de innovación industrial?, podemos inferir algunas respuestas derivadas de las evidencias tanto documentales como de las entrevistas a los agentes clave.

En primera instancia se observa que durante el periodo 2017-2021 se conjuntaron esfuerzos tanto del gobierno estatal de Chihuahua, organismos descentralizados y organizaciones privadas para incrementar la infraestructura, la creación y difusión del conocimiento con la instauración de los llamados centros de innovación (CIITA, CIMYT y el IA.Center) así como las necesidades de las subsidiarias de EMN y de los empresarios locales para atender sus vocaciones industriales en las diferentes regiones del estado y en particular la Región Juárez.

La articulación entre los agentes se capitalizó mediante el desarrollo de estrategias de innovación creadas por el gobierno estatal, las empresas, las instituciones de educación superior (IES) y las organizaciones intermedias revelando la presencia de un sistema regional de innovación cuyos ejes se potenciaron debido a la identificación de las necesidades locales y la vocación industrial de la Región Juárez.

Dada la naturaleza de la tecnología que atienden los Centros (CIITA, CIMYT y el IA.Center), se observa un amplio potencial para aumentar la atención a las demandas de desarrollo de las capacidades tecnológicas del estado, principalmente de Ciudad Juárez, la cual alberga a más de 300 subsidiarias de EMN, mismas que potencialmente requerirán un cambio en sus procesos productivos, y así, demandarán principalmente de capacitación en las áreas de minería de datos e inteligencia artificial, formación de recursos humanos especializados, el desarrollo tecnológico para la solución de problemas industriales, y el emprendimiento de base tecnológica.

El desarrollo de las diferentes regiones del Estado de Chihuahua en particular la de la Región Juárez, presenta diversos retos,

Se puede observar que:

- Las capacidades de desarrollo de conocimientos y las estrategias para su divulgación entre los diversos organismos y agentes y sus impactos en la población cuyas capacidades de especialización en las áreas de la tecnología e innovación se verán mejoradas y potenciadas para la inserción a nuevos trabajos con mayor remuneración.
- Dado el rol de las organizaciones intermedias de origen gubernamental deben tener estructuras organizacionales que les garanticen ser autosustentables, únicamente con impulsos financieros iniciales orientados hacia la consolidación de estos y en plazos determinados.
- En el caso de la creación de nuevas empresas y fortalecimiento a las Pymes existen demandas para consolidar los potenciales emprendimientos mediante fuentes de financiamiento.
- La emergencia de colaboración y cooperación de tipo tetra-hélice, pero aún falta mucho quehacer por parte de los agentes del SRI para avanzar en una conformación de mayor solidez; particularmente porque algunos esfuerzos aún se ven desarticulados.
- Ante la idea de que las empresas se crean de manera independiente y que el agente gobierno no crea soportes, se requiere socializar lo que hacen las organizaciones intermedias y crear los mecanismos de difusión para que los agentes construyan la confianza y con mayor colaboración se vinculen de manera más efectiva.
- Conjuguar las interacciones de las Pymes con las OI y orientar bien su potencial de inversión hacia las innovaciones, aprovechando el enorme mercado local de las maquiladoras.
- Deben crearse esquemas de financiamiento a fondo perdido y orientar claramente a las empresas hacia tecnologías relacionadas con las vocaciones regionales.
- Una tarea sustantiva pendiente por desarrollar en la investigación es si lo que se vislumbra como clúster de innovación de la Región Juárez, podría ser un nicho importante para la transformación de la industria y el tipo de empleo que genera. Cuestionar ¿Qué desarrollos tecnológicos realizan en conjunto? ¿Cómo se potencian a partir de su cercanía geográfica? O bien ¿Qué agentes en común tienen y de qué tipo son sus relaciones?

Referencias

- Amsden, A. H.** (1992). *Asia's next giant: South Korea and late industrialization*. Oxford University Press.
- Audretsch, D. B., y Feldman, M. P.** (2004). Knowledge spillovers and the geography of innovation. En *Handbook of Regional and Urban Economics*, 4, 2713–2739.
- Breschi, S., y Lissoni, F.** (2001). Knowledge spillovers and local innovation systems: a critical survey. *Industrial and Corporate Change*, 10(4), 975–1005.
- Buenrostro, E., Stezano, F., Casalet, M., Oliver, R., y Abelanda, L.** (2011). Evolución y complejidad en el desarrollo de encadenamientos productivos en México: los desafíos de la construcción del cluster aeroespacial en Querétaro (No. 411). Naciones Unidas Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Casalet, M. y González, L.** (2006). El entorno institucional y la formalización de las redes en el sector electrónico de Chihuahua. En Villavicencio, D. (Coord.). *La emergencia de dinámicas institucionales de apoyo a la industria maquiladora de México*, (pp. 49-87). México: Cámara de Diputados/UAM/Miguel Ángel Porrúa.
- Casas, R., Corona, J. M., y Rivera, R.** (2014). Políticas de Ciencia, Tecnología e Innovación. En América Latina: entre la competitividad y la inclusión social. *Perspectivas Latinoamericanas en el Estudios Social de la Ciencia, la Tecnología y el Conocimiento*. México: Siglo XXI, 137-154.
- CIITA** (2023). *Numeralia. Presentación ejecutiva de avances*. Instituto Politécnico Nacional.
- CIITA** (2021). *Centro de Innovación e Integración de Tecnologías Avanzadas. Presentación ejecutiva para empresas del sector industrial*. Instituto Politécnico Nacional.
- CIMyT** (2019). *Manual de operación del Centro de Innovación en Moldes y Troqueles. Reporte técnico*.
- Cimoli, M., Dosi, G., y Stiglitz, J.E.** (2009). *Industrial Policy and Development: The Political Economy of Capabilities Accumulation*. Initiative for Policy Dialogue, Prefacio, Oxford University Press, Gran Bretaña.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)** (2012). *Cambio estructural para la igualdad*. CEPAL.
- Chaminade, C., y Edquist, C.** (2010). Rationales for public policy intervention in the innovation process: Systems of innovation approach. In *The theory and practice of innovation policy*. Edward Elgar Publishing.
- DECJ** (2017). *Diseño conceptual, estratégico y operativo del CIITA. Reporte técnico final, Desarrollo Económico de Ciudad Juárez*.
- Domínguez, L.** (09-de junio-2021). *Política pública de I+D+i en el Estado de Chihuahua para la Innovación y Competitividad, Ponencia presentada en la Universidad de Xalapa, Veracruz, México*.

- Dutrénit, G., Capdevielle, M., Corona, J. M., Puchet, M., Santiago, F., y Vera-Cruz, A.** (2010). El sistema nacional de innovación mexicano: estructuras, políticas, desempeño y desafíos. University Library of Munich, Germany.
- Freeman, C.** (1982). *The Economics of Industrial Innovation*. London: Frances Pinter.
- FOMIX** (2018). Fortalecimiento de la infraestructura científica y tecnológica del Estado de Chihuahua. Demanda específica Fonfo Mixto CONACYT-Gobierno del Estado de Chihuahua. Consultado en https://conahcyt.mx/wp-content/uploads/convocatorias/fondos_mixtos/chihuahua/2018-01_FOMIX_CHIHUAHUA/2018-01_FOMIX_CHIHUAHUA_DEMANDA_ESPECIFICA.pdf
- Giuliani, E.** (2006). The selective nature of knowledge networks in clusters: evidence from the wine industry. *Journal of Economic Geography*, 7(2), 139–168.
- I2C** (2022). Presentación de proyectos y programas del Instituto de Innovación y Competitividad: Avances. SIDE-Gobierno del Estado de Chihuahua.
- IA.Center** (2023). Informe de actividades 2022. Presentación. Centro de Inteligencia Artificial.
- Jaso, M.** (2011). El surgimiento de nuevos intermediarios para la innovación en México. En Villavicencio, D., Martínez, A. y López, P. (Coords.). *Dinámicas institucionales y políticas de innovación en México* (pp. 19-42). México: UAM/Plaza y Valdés.
- Lam, A.** (2002). Modelos societales alternativos de aprendizaje e innovación en la economía del conocimiento. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, (171). Recuperado de <http://www.oei.es/salactsi/lam.pdf>
- Liu, F., Simon, D.F., Sun, Y, y Cao, C.** (2011). China's innovation policies: Evolution, institutional structure, and trajectory, *Research Policy*, 40(7), 917-931. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2011.05.005>.
- Lundvall, B. Å.** (Ed.). (2010). *National systems of innovation: Toward a theory of innovation and interactive learning*, (Vol. 2). Anthem Press.
- Nelson, R. R.** (1993). *National innovation systems: a comparative analysis*. Oxford University Press.
- Nelson, R. y Winter, S.** (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. The Belknap Press of Harvard University Press. Cambridge.
- Romero, J.** (2016). Política industrial: Única vía para salir del subdesarrollo. *Economía Informa* 397, 3-38. <https://doi.org/10.1016/j.ecin.2016.03.002>.
- Rüßmann, M., Lorenz, M., Gerbert, P., Waldner, M., Justus, J., Engel, P., y Harnisch, M.** (2015). Industry 4.0: The future of productivity and growth in manufacturing industries. Boston Consulting Group, 9(1), 54-89.
- Salomon, J.-J.** (1977). "Science policy studies and the development of science policy". En Ina Spiegel-Rösing y Derek de Solla Proce, Eds. *Science, technology and society. A cross-disciplinary perspective*, pp. 43-70, London and Beverly Hills: SAGE Publications.

- Sánchez, I. L., y Moreno-Brid, J.C.** (2016). El reto del crecimiento en México: industrias manufactureras y política industrial. *Revista Finanzas y Política Económica*, 8(2), 271-99. <https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.2016.8.2.4>.
- Stezano, F.** (2009). *Redes ciencia-industria para la transferencia en México, Estados Unidos y Canadá: Regímenes institucionales y tecnológicos y mecanismos de intermediación*. Tesis de doctorado. México: Flacso México.
- Ordóñez, S.** (2017). Sistemas de innovación y conocimiento: el caso de Jalisco, México. *Problemas del Desarrollo*, 48(191), 161-184.
- Oszlak, O., & O'Donnell, G.** (1995). Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación. *Redes*, 2(4), 99-128.
- Pérez, M.P.** (2016) Las organizaciones intermedias en los procesos de innovación en México. *Perfiles Latinoamericanos*, 24(48), 161-183. DOI: 10.18504/pl2448-007-2016 en 0188-7653-perlat-24-48-00161.pdf (scielo.org.mx)
- Schot, J., y Steinmueller, W. E.** (2018). Three frames for innovation policy: R&D, systems of innovation and transformative change. *Research Policy*, 47(9), 1554-1567.
- Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico-SIDE** (2017). Programa Sectorial de Innovación y Desarrollo Económico 2017-2021, Gobierno del Estado de Chihuahua, consultado en <https://docplayer.es/65386334-Programa-sectorial-de-innovacion-y-desarrollo-economico.html>
- Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico-SIDE** (2022). Programa Sectorial de Innovación y Desarrollo Económico 2022-2027, Gobierno del Estado de Chihuahua, consultado en <https://planestatal.chihuahua.gob.mx/files/10.%20SIDE%20Entrega%20Final.pdf>
- Van der Meulen, B.** (2007). Report for Prime Review 2007. En Workshop Intermediaries Organization and Process. Recuperado de www.prime-noe.org
- Van Lente, H., Hekkert, M., Smits, R. y Van Waveren, B.** (2003). Roles of Systemic Intermediaries in Transition Processes. *International Journal of Innovation Management*, 7(3), 1-33.

La seguridad pública factor clave en el desarrollo de las Mipymes en la Región XV del Estado de México

María de los Ángeles Velázquez Martínez¹

Melesio Rivero Hernández²

Mayra Patricia Pérez Román³

Resumen

El Estado de México es la segunda entidad más poblada del país, “durante 2023 presentó la tasa más alta en incidencia delictiva, 546 por cada 100 mil habitantes”. (CCSJ, 2023: 3). La Seguridad representa un pilar esencial en el desarrollo de las actividades económicas de la Región XV Texcoco toda vez que, esta aporta empleo a sus habitantes y genera una importante contribución al Producto Interno Bruto Estatal. Dichas actividades son realizadas por las micro y pequeñas empresas constituidas principalmente bajo la figura de empresa familiar y por su posición estratégica y cercanía a la Ciudad de México (CDMX) el flujo de operaciones requiere que los microempresarios puedan realizar sus operaciones con la tranquilidad y confianza de no ser víctimas del delito.

Mediante una investigación de tipo cuantitativo no experimental transversal, se aplicó una encuesta en formato Forms enviada a través de la aplicación WhatsApp, a microempresarios establecidos en los municipios de Atenco, Chiconcuac, Texcoco y Tezoyuca que conforman la Región XV Texcoco, con el objetivo de identificar la percepción de seguridad, la confianza que estos tienen en las autoridades y la certidumbre para levantar denuncias cuando han sido víctimas de robo, todos estos factores esenciales para el sano desarrollo de sus operaciones.

Los resultados señalaron que a pesar de que la mayoría de los microempresarios entrevistados no ha sido víctima de robo, tienen poca confianza en sus autoridades manifestando también, las diversas razones por la que no realizan denuncia ante las autoridades.

Conceptos clave: 1. Microempresas, 2. Microempresarios, 3. Seguridad, 4. Región XV Texcoco

Introducción

La seguridad pública constituye un elemento fundamental en la vida e integridad de los ciudadanos, así como, en el desarrollo de las actividades económicas que se realizan en la Región Oriente del Estado de México. En relación a este concepto, la ley de Seguridad del Estado de México (EdoMéx) en su artículo 2 señala que:

¹ Doctora en Ciencias Sociales y Administrativas, Centro Universitario UAEM Texcoco, vema640828@hotmail.com

² Doctor en Urbanismo, Centro Universitario UAEM Texcoco, melesior@yahoo.com

³ Maestra en Gobierno y Asuntos Públicos, Centro Universitario UAEM Texcoco, mayra_0219@yahoo.com

Las acciones en el ejercicio de la función de seguridad pública tendrán como eje central a la persona humana y, por ende, contribuirán al establecimiento de la seguridad ciudadana, la cual tiene por objeto proteger a las personas; asegurar el ejercicio de su ciudadanía, sus libertades y derechos fundamentales; establecer espacios de participación social corresponsable y armónica; propiciar la solución pacífica de los conflictos interpersonales y sociales; fortalecer a las instituciones, y propiciar condiciones durables que permitan a los ciudadanos desarrollar sus capacidades, en un ambiente de paz y democracia. (EdoMéx, 2020: 2)

El Gobierno del EdoMéx diseñó el Programa Estatal de Seguridad Pública que va en relación con el Plan de Desarrollo del Estado de México 2017-2023, donde el proyecto 2. “Instituciones de Seguridad Pública” tiene como objetivo:

Fortalecer las capacidades de las instituciones de seguridad en materia de inteligencia táctica policial en el Nuevo Sistema de Justicia Penal, a través del incremento de mecanismos de eficiencia operativa y herramientas tecnológicas de información, investigación y comunicación, a fin de optimizar la operación de los servicios de seguridad pública de la entidad. (EdoMéx, s/f: 82)

Siendo los principales componentes del proyecto:

- Llevar a cabo la transición a un nuevo modelo policial de operación implementando un sistema de inteligencia con base al Nuevo Sistema de Justicia Penal.
- Implementar el Sistema Único de Información Criminal Estatal (SUICE).
- Consolidar el sistema de desarrollo Policial.
- Fortalecer la infraestructura tecnológica, a través del incremento del número de cámaras de video vigilancia. (: 82)

En este contexto y en el tiempo se han creado instituciones que buscan contribuir con el tema de la seguridad como: el Colectivo de Análisis de la Seguridad con Democracia A. C. (CASEDE), 2016) que se define como:

Un espacio plural responsable de analizar, intercambiar ideas, reflexionar, discutir y proponer alternativas sobre seguridad, con apego a los valores de la democracia y respetuoso de los derechos humanos. Está formado por un grupo de investigadores de prestigio, académicos, expertos gubernamentales y no gubernamentales, miembros de organizaciones de la sociedad civil y distintos centros de investigación. (: 1)

El Estado de México es la entidad más poblada del país, con casi dieciocho millones de habitantes, tiene fronteras con ocho estados y a su vez está interconectado con la Ciudad de México, con la cual conforma la Zona Metropolitana del Valle de México. (SSEdoMéx & et al., 2023: 18); este Estado durante el mes de enero reportó 52 964 delitos entre los que se ubican: robo a negocio, robo con violencia, robo a transeúnte, robo en transporte público,

robo de vehículo y extorsión entre otros (ONC, 2023), asimismo es considerado el de mayor incidencia delictiva.

De acuerdo al último Censo Económico publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), del universo de unidades económicas en México: a) el 95.2% son microempresas, b) generan el 45.6% del empleo, y c) contribuyen con 15% del valor agregado de la economía. (SE,2023. Párr3)

En el contexto anterior, la principal actividad que se desarrolla en el Estado de México es el comercio, “esta entidad mexiquense tiene registradas 700,599 unidades económicas, donde el comercio al por menor representa el 46%”. (INEGI, 2023). En el documento Zonas del Estado México (2022) se distingue que la Zona Oriente conformada por 37 municipios concentra el 43% de población del total de la entidad, asimismo, señala que se realizan las siguientes actividades económicas:

Tabla 1. Distribución de Actividades Económicas

Actividad económica	Porcentaje
Comercio al por menor	46.1
Servicios excepto actividades gubernamentales	15.1
Servicios de alojamiento temporal y preparación de alimentos	10.9
Industria manufacturera	8.8
Servicios de salud y asistencia social	3.3
Otras actividades	1.5

Fuente: EdoMéx, 2022c

En la localidad oriente del Estado de México están incluidos los municipios de: Atenco, Chiautla, Chiconcuac, Papalotla, Tepetlaoxtoc, Texcoco y Tezoyuca, que integran la Región XI, que a su vez se divide en la XV conformada únicamente por cuatro de estos municipios: Atenco, Chiconcuac, Texcoco y Tezoyuca, jurisdicciones que tienen como principal actividad el comercio al por menor desarrollado especialmente en la figura de empresa familiar por las Micro y medianas empresas (Mipymes).

Debido a la importancia que estas actividades tienen en el desarrollo económico de la Región XV Texcoco (RXVT), utilizando una investigación de corte cuantitativa no experimental transversal, se llevó a cabo una encuesta en formato Forms enviada mediante la aplicación de WhatsApp a pequeños empresarios propietarios de los negocios ubicados en estos municipios, con el objetivo de: percibir la importancia del nivel de percepción de la seguridad pública, la confianza que estos tienen en las autoridades y la incertidumbre que tienen para levantar denuncias cuando han sido víctimas de robo, ya que estos elementos representan un factor clave para la operación diaria de sus actividades comerciales.

Seguridad Pública

El concepto o vocablo seguridad, o seguridad pública incorporan una serie elementos o conductas en la que se ahonda constantemente, ambas tienen su fundamento jurídico en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que en su artículo 21 señala que:

La seguridad pública es una función del Estado a cargo de la Federación, las entidades federativas y los Municipios, cuyos fines son salvaguardar la vida, las libertades, la integridad y el patrimonio de las personas, así como contribuir a la generación y preservación del orden público y paz social, de conformidad con lo previsto en esta constitución. La actuación de las instituciones de seguridad pública se regirá por los principios de legalidad, objetividad, eficiencia, profesionalismo, honradez y respeto a los derechos humanos reconocidos en esta constitución. (SeGob, 2019: 9)

La seguridad pública en México ha sido uno de los ejes principales que se ha incluido en los diferentes periodos presidenciales en el Plan nacional de Desarrollo; sin embargo, a pesar de las diversas acciones implementadas, el crimen está presente cotidianamente y en todos los momentos del día. (Velázquez, 2023: 200)

En este entorno DataMéxico (2022a) refiere que:

La percepción de la seguridad; busca medir la percepción de seguridad pública que la población y los hogares tienen sobre el lugar donde residen y su relación con el delito. Por otro lado, la percepción de confianza en autoridades o desempeño institucional busca conocer la manera en que la población percibe a las autoridades y las acciones que realizan, independientemente si han sido o no víctimas de delito. (DataMéxico: 2)

El Estado de México considerado la entidad más poblada, tiene como principal actividad económica el comercio al por menor, además posee una ubicación estratégica, colinda con los Estados de Querétaro, Hidalgo, CDMX, Tlaxcala, Puebla, Morelos, Guerrero y Michoacán, como se muestra en el mapa 1.

Dentro de esta zona geográfica se encuentra ubicada la Región XV Texcoco, misma que constituye, el objetivo de estudio del presente trabajo.

La seguridad pública y el recurso humano que la constituye representan un factor fundamental en la confianza y seguridad que la ciudadanía requiere para el desarrollo de sus actividades económicas, la tabla 2 indica el personal operativo adscrito en la RXVT, en distintas temporalidades y donde se aprecia que el porcentaje de distribución de este no es representativo para el número de habitantes de los municipios.

Tabla 2. Personal operativo del Estado de Fuerza Seguridad Pública Municipal Región XV Texcoco

Municipio	Personal operativo marzo 2021	Personal operativo enero 2022	Personal operativo julio 2022	Número de habitantes⁴	%
Atenco	45	73	58	75 489	.00076
Chiconcuac	53	58	51	27 692	.00184
Texcoco	407	406	401	277 562	.00144
Tezoyuca	72	73	69	47 044	.00146

Fuente: SESNSP, 2022

⁴ DataMéxico, 2023

Figura 1. Mapa de ubicación del Estado de México



Fuente: <https://espanol.mapsofworld.com/continentes/norte-america/mexico/mexico.html>, 2023

En este contexto se visualiza que a pesar de que en el día a día que se cometen diversos delitos, no todos son denunciados por la ciudadanía, principalmente por la incertidumbre y la desconfianza a las autoridades, los tiempos que conlleva este trámite así como el temor a sufrir represalias por parte de los agresores.

En la tabla 3 se presentan las carpetas de investigación (CI) abiertas, así como la tasa de delito por cada 1000 habitantes que afectan directamente a las microempresas de la región en el año 2021, donde aún estaba la contingencia por covid-19.

Tabla 3. Ranking Región XV Texcoco por tasa de delito

Delito	Atenco		Chiconcuac		Texcoco		Tezoyuca	
	CI	Tasa	CI	Tasa	CI	Tasa	CI	Tasa
Robo con violencia	67	89.14	37	130.05	383	132.65	0	0
Robo de vehículo	31	41.24	37	130.05	194	67.19	0	0
Robo a negocio	0	0	2	7.03	131	45.37	24	49.28
Robo a transeúnte	25	33.26	0	0	0	0	31	63.65
Robo a transporte público	0	0	4	14.06	33	11.43	3	6.16
Extorsión	0	0	2	7.03	35	12.12	5	10.27
Secuestro	0	0	0	0	1	0.35	1	2.05

Fuente: LSC EdoMéx, 2021

En el sitio web Data México, se reporta que el delito de robo en todas sus modalidades⁵ reportó en el mes de diciembre 2022, los siguientes datos:

Tabla 4. Porcentaje del delito de robo

Municipio	Denuncias (CI)	Porcentaje del total de delitos en la Región
Atenco	107	40.2
Chiconcuac	65	46.2
Texcoco	640	60.6
Tezoyuca	109	41.3

Fuente: Data México, 2022

La Región XV Texcoco

Algunas de las características económicas y de seguridad que destacan en la RXVT se puntualizan por municipio como sigue:

Atenco

Municipio ubicado y caracterizado a partir de que se quiso construir en el año 2005 el aeropuerto internacional, ahora AIFA, “con una superficie territorial de 531.20 km², colinda al norte con Acolman y Tezoyuca, al sur con Texcoco, Chiautla y Chiconcuac y al oeste con Ecatepec de Morelos, tiene una población total de 75 489 habitantes de los que 37 052 son hombres y 38 437 mujeres” (EdoMéx, 2022a: 35)

El Plan de Desarrollo Municipal Atenco (PDMA) 2022-2024, refiere que el núcleo de la actividad económica del municipio se concentra en San Salvador Atenco, la cabecera municipal, asimismo especifica que:

El desarrollo económico municipal depende directamente de las actividades económicas que se desenvuelven dentro de su ámbito territorial. La generación de empleo y el incremento de la productividad contribuyen al crecimiento de la economía y la disminución de la pobreza. [...]. La distribución de las actividades económicas de Atenco, de acuerdo con las cifras del censo económico 2019 muestran que poco más de la mitad de las unidades económicas (UE) del municipio están concentradas en el comercio al por menor [.....] (: 136)

Por lo que respecta al pilar Seguridad el mismo señala que:

Al realizar una encuesta entre sus habitantes, En lo que respecta al tema de seguridad [.....] se inclinaron por cuatro asuntos que resultan claves para mejorarla: infraestructura de vigilancia (19.1%), capacitación al personal encargado de la seguridad (15.3%), seguimiento puntual y oportuno de las denuncias (14.3%) y programas de prevención del delito (14.3%). (: 21)

⁵ Robo con violencia, de vehículo, a negocio, a transeúnte, en transporte público, extorsión.

Asimismo, el objetivo planteado en el tema de la seguridad es: “Garantizar la seguridad será fundamental para el libre desarrollo de las personas. Lo que permitirá la reconstitución de los vínculos comunitarios y el tejido social”. (: 238)

Chiconcuac

El municipio de Chiconcuac cuenta con una población de 27 692 habitantes de los que 13 548 son hombres y 14 144 son mujeres, colinda al norte con Atenco y Chiautla, al este con Chiautla y Atenco, al sur con Texcoco y al oeste con Atenco, popular por la manufactura y venta de una gran variedad de productos textiles realizado por las microempresas, tal como lo refiere el Plan de Desarrollo Municipal de Chiconcuac (PDMCH) 2022-2024:

[.....] al año 2015 se encontraban en el territorio municipal, 2 unidades económicas medianas, 244 pequeñas empresas y 2,454 microempresas, respecto de este último dato, es importante señalar que aunque es posible ubicar dichas unidades en el mapa interactivo de la DENUE-INEGI, más del 70% no cumplen con las características señaladas en cuanto a infraestructura para calificar como una unidad económica de acuerdo al directorio estadístico nacional de unidades económicas de INEGI, pues más bien operan bajo la forma de negocios familiares que comercian sus productos en un puesto semifijo que se ubica en calles señaladas para este fin dentro del territorio municipal, en días y horarios señalados, desde luego no se debe omitir, que la mayoría de estos negocios aun pertenecen al sector informal. (EdoMéx, 2022b: 136)

Las acciones para cumplir con la meta de la Seguridad Pública Municipal de la Administración 2020-2024, esta dirigida a acciones encaminadas a fortalecer la confianza ciudadana e las instituciones a través de acciones contundentes en la prevención de delitos, mantenimiento y modernización de los mecanismos de vigilancia y aumento de la plantilla policial todos ellos evaluados bajo los estándares del examen de control de confianza, así como capacitados en el uso del equipo necesario para la protección mediática de la ciudadanía. (: 306)

Texcoco

Municipio cabecera y clave de la Región XV Texcoco, tiene una extensión territorial de 422.49 Km², colinda al norte con Ecatepec de Morelos, Acolman y Tepetlaoxtoc, al sur con Ixtapaluca, Chicoloapan y Chimalhuacán, al oriente con los estados de Puebla y Tlaxcala y al poniente con Netzahualcóyotl, la población fue de 277 562 de los que el 48.6% son hombres y 51.4% mujeres (HACT, 2022). Caracterizado por la cancelación de la construcción del Nuevo Aeropuerto Internacional de México (NAIM), desarrollo en ese tiempo diversa infraestructura y mejoras en sus vialidades de acceso a este y su conectividad con la CDMX y municipios aledaños.

El Plan de Desarrollo Municipal de Texcoco (PDMT) 2022-2024 en el pilar 2 Económico: “Municipio Competitivo, Productivo e Innovador” señala que:

El municipio de Texcoco da cuenta de grandes e importantes fortalezas y oportunidades de crecimiento económico, ya que al ser considerado como un punto garante por su

zona geográfica, este representa un impulso para la inversión empresarial, generando un óptimo escenario para el incremento del sector secundario y terciario; trayendo consigo mayor beneficio económico para los ciudadanos, aportando un incremento considerable en la población económicamente activa y por ende, reduciendo el porcentaje de desempleo municipal y velando para que los texcocanos obtengan empleos dignos y bien remunerados. (: 125)

Por lo que concierne a la Seguridad Pública el PDMT señala diversas estrategias encaminadas a la Seguridad con visión ciudadana, entre las que destacan:

- Creación de la unidad de atención a víctimas de delitos denominada “Policía de género”
- Profesionalización del personal operativo para el manejo de crisis en el ámbito de su competencia. (Unidades conformadas por psicólogos, abogados y Lic. en Educación).

Guiando el objetivo principal a:

Aplicar estrategias y políticas públicas para prevenir y combatir delitos y faltas al Bando del Gobierno Municipal, con base en los principios de legalidad, objetividad, eficiencia, profesionalismo, honradez y respeto irrestricto a los derechos humanos, en coordinación con los tres órdenes de gobierno y la participación de la sociedad, preservando la seguridad de las personas e instituciones del municipio de Texcoco salvaguardando el orden público y la paz social. (: 298)

Tezoyuca

Municipio ubicado en el Estado de México, Tezoyuca es uno de los 125 municipios que conforman la entidad. Su cabecera municipal es Tezoyuca y es parte de la Región XV Texcoco. Colinda al norte con Acolman; al este con Chiautla; al poniente con Atenco; al sur con Atenco y Chiconcuac. Destaca por la elaboración del festón, que sirve de adorno para cualquier festividad y por los trabajos de hilado, bordados y tejidos a mano. (EdoMéx, 2023a)

Tabla 5. Aportación económica por Municipio de la Región XV Texcoco⁶

Municipio	Unidades económicas (UE)	Porcentaje	Ingreso Total (mps)	Porcentaje	Empleados dependientes de la UE.	Porcentaje
Atenco	1 278	52.6	881	45.3	2 235	46.8
Chiconcuac	1 617	60.2	981	60.7	3 477	58.3
Texcoco	5 649	49.7	12 067	35.9	11 344	33.6
Tezoyuca	1 153	56.3	979	37.3	1 817	39.2

Fuente: Data México, 2022⁷

⁶ Se recomienda considerar los valores como aproximaciones del valor real debido a que algunos registros han sido anonimizados por principios de confidencialidad.(Data México, 2022)

⁷ Datos del Censo económico 2019.

En 2020, la población en Tezoyuca fue de 47 044 habitantes (49.4% hombres y 50.6% mujeres). (DataMéxico, 2023).

En esta descripción la demarcación es caracterizada por su principal actividad económica, el comercio al por menor, llevado a cabo por las microempresas; la tabla 5 indica las unidades económicas establecidas y la contribución por municipio en el desarrollo económico la Región XV Texcoco.

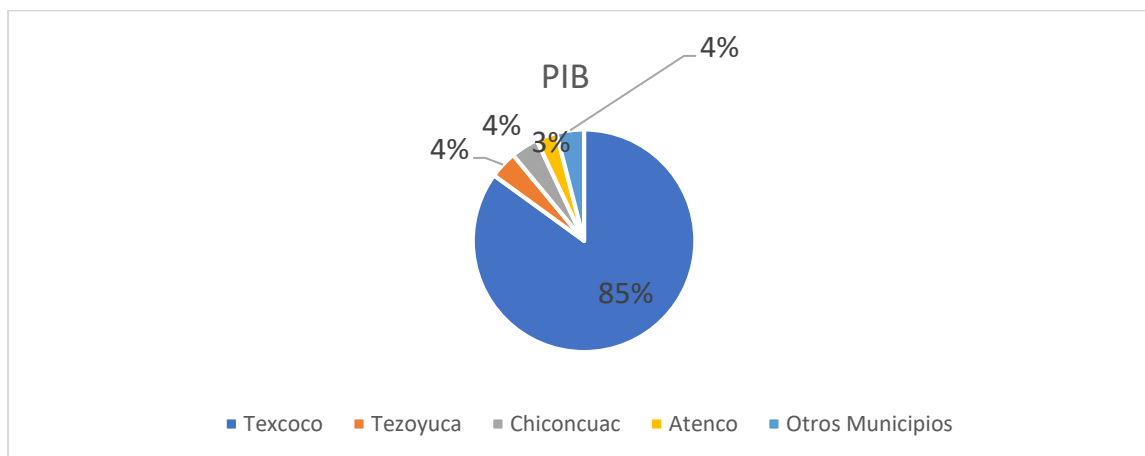
Asimismo, la contribución y porcentaje de estos municipios en el Producto Interno Bruto (PIB) Estatal de la Región XV se muestran en la tabla 6 y el gráfico 1.

Tabla 6. Producto Interno Bruto Región XV según su participación

Municipio	PIB
Atenco	965.6
Chiconcuac	1 023.9
Texcoco	24 067.6
Tezoyuca	1 181.3

Fuente: PDMCH, 2022-2024

Gráfica 1. Producto Interno Bruto Región XV. Según su participación



Fuente: PDMCH, 2022-2024

Resultados

Los municipios donde se aplicaron las encuestas sobresalen principalmente por realizar el comercio mediante microempresas establecidas formalmente que, en su mayoría desarrollan sus actividades mediante la figura de empresa familiar. La encuesta se realizó en los 4 municipios que integran la Región XV Texcoco: Atenco, Chiconcuac, Texcoco y Tezoyuca, abarco nueve preguntas en total, de las que destacan las siguientes:

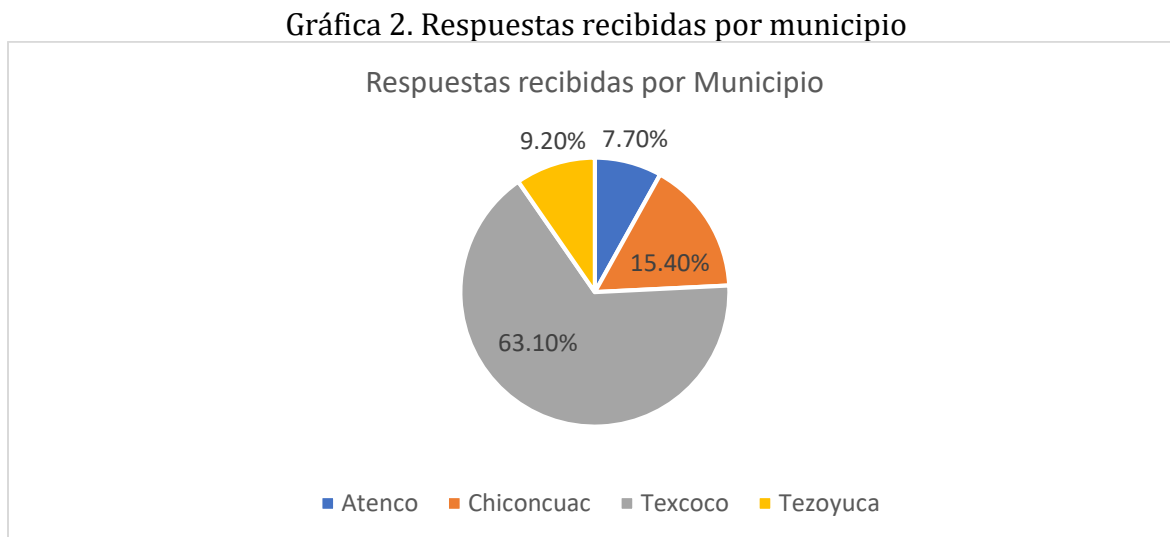
- ¿Cómo percibes la seguridad pública para la operatividad de tu negocio?
- ¿Has tenido algún incidente de robo o asalto a tu negocio?
- ¿Has realizado tu denuncia ante las autoridades?
- En caso no haber denunciado ¿Por qué no lo hiciste?
- ¿Tienes confianza en las autoridades que salvaguardan tu seguridad pública?

En el trabajo de campo realizado, los microempresarios de los municipios de Texcoco, Atenco y Tezoyuca se mostraron amables y cooperantes para proporcionar sus números telefónicos para poder realizar el envío de las encuestas, sin embargo, en el municipio de Chiconcuac éstos manifestaron mucha inconformidad y se mostraron renuentes para contestar, argumentando frases como: “Estamos hartos de la delincuencia” “Si contestamos los delincuentes van a tomar represalias”, pero a pesar de estas circunstancias sí proporcionaron sus teléfonos y remitieron sus encuestas.

Asimismo, se notaron las siguientes limitaciones:

- Por la inseguridad; el temor a proporcionar su nombre personal, dato que no era obligatorio en la encuesta y donde algunos utilizaron un seudónimo.
- La negativa de un 10% de las microempresas seleccionadas en el municipio de Chiconcuac para proporcionar su número de teléfono para el envío de la encuesta.
- El 5% de encuestas no completadas, por el temor del uso de datos personales.

El Gráfico 2 muestra el porcentaje de respuestas recibidas por cada municipio de la Región XV. Texcoco.



Fuente: Resultados de encuesta aplicada, 2023

Una vez aplicada la encuesta a la población restante (85%), conformada por microempresas administradas tanto por hombres como mujeres, con una antigüedad en su operación mayor a un año, se obtuvieron los siguientes resultados:

1. El 51.5% de los propietarios son hombres y el 48.5% mujeres, este alcance muestra aunque el porcentaje de mujeres es representativo, sin embargo, aún sigue imperando el sexo masculino lo que muestra que no se ha podido romper la brecha de género.
2. La edad promedio de las (los) microempresarios entrevistados se muestra en la tabla 7.

Tabla 7. Edad promedio de microempresarios (a) entrevistados

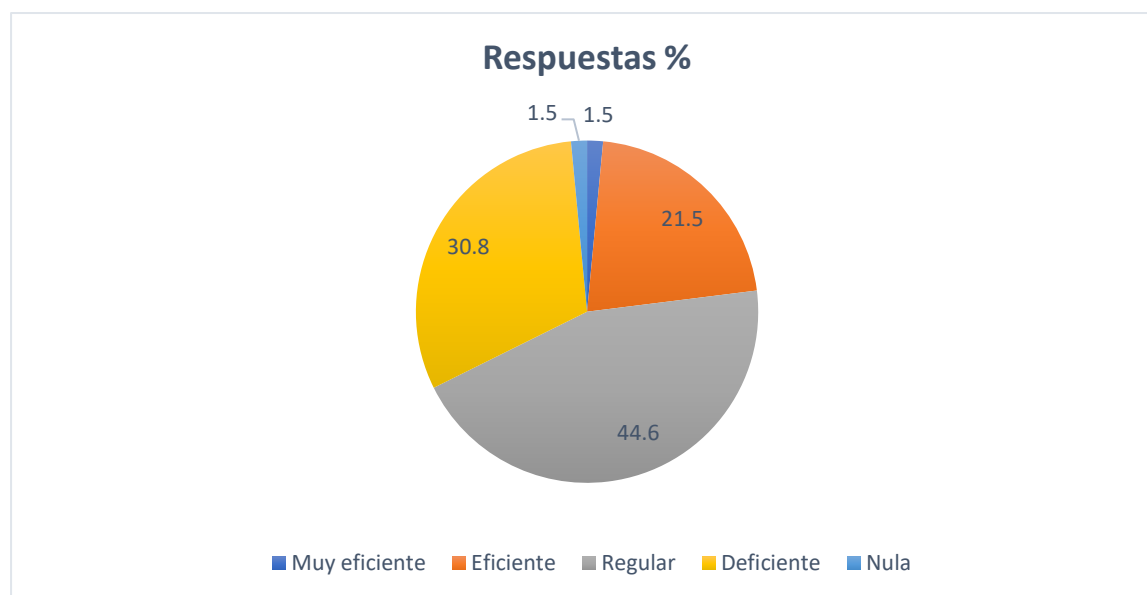
Edad /años)	Porcentaje (%)
No contestaron	2.98
25-29	10.44
30-39	19.40
40-49	17.92
50-60	34.33
60-72	14.93

Fuente: Encuesta aplicada, 2023)

Como se observa las (los) empresarios propietarios mayores de 40 años constituyen el 67.18%, observando que sus microempresas tienen más de 15 años de constituidas en los diferentes municipios, éstos han manifestado que han visto pasar administraciones municipales de diferentes frentes políticos que prometen siempre brindar y mejorar la seguridad pública, sin que a la fecha haya resultados alentadores ya que con frecuencia se ve que los diferentes negocios son víctimas del delito de extorción.

La gráfica 3 indica cómo perciben estos patrones la seguridad pública en la operatividad de su negocio.

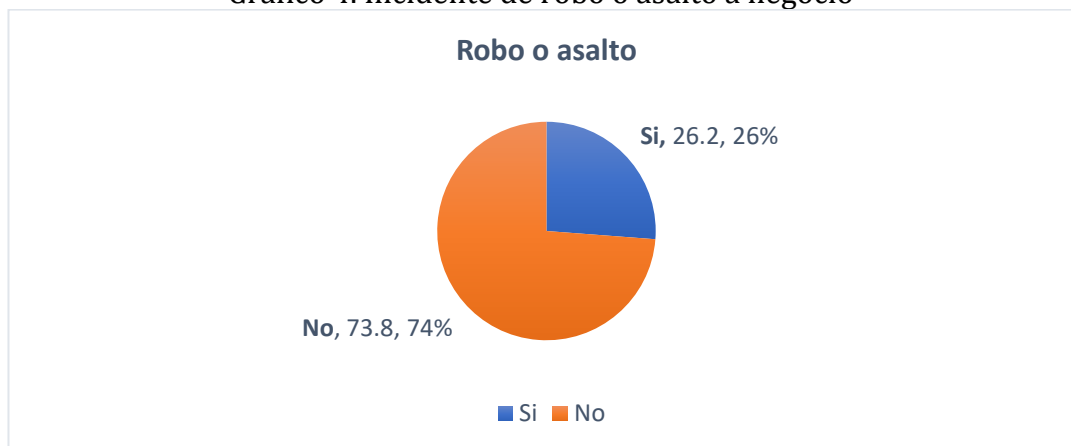
Gráfica 3. Percepción de la Seguridad Pública



Fuente: Encuesta aplicada, 2023

El gráfico anterior refiere que, en su mayoría los microempresarios perciben como regular la seguridad respecto al entorno de la operatividad de su negocio ya que es una constante frecuente el robo o asalto en todas sus variantes inclusive asaltos a mano armada, sin embargo, a pesar de esta afirmación el 73.8% de los encuestados manifestaron que nunca han sido víctimas de un asalto, así se muestra en el gráfico 4.

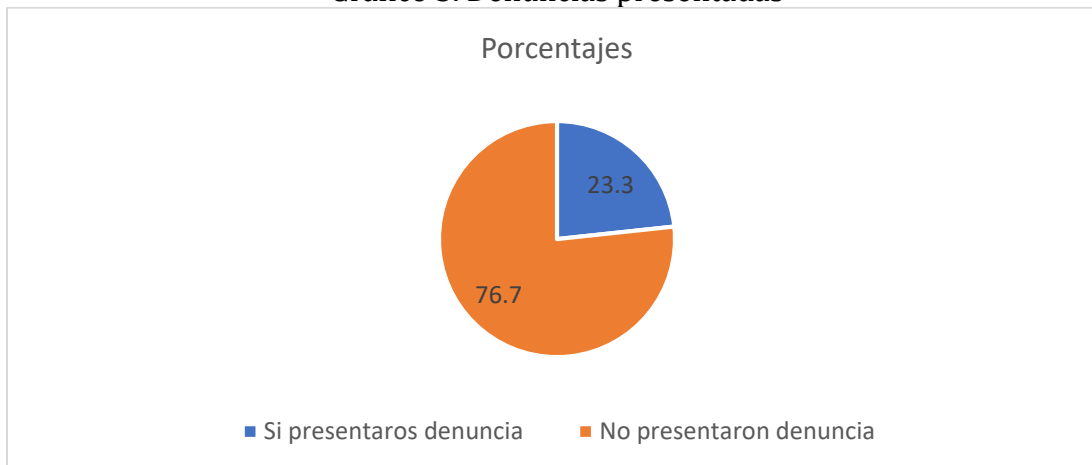
Gráfico 4. Incidente de robo o asalto a negocio



Fuente: Encuesta aplicada, 2023

Sobre esta respuesta los microempresarios que si fueron víctimas de una situación de asalto, únicamente el 23.3% formalizo su denuncia ante las autoridades, la gráfica 5 muestra los porcentajes obtenidos:

Gráfico 5. Denuncias presentadas



Fuente: Encuesta aplicada, 2023

Dentro de las respuestas obtenidas, algunos de los motivos por los que no presentaron denuncias ante las autoridades se presentan en la tabla 8.

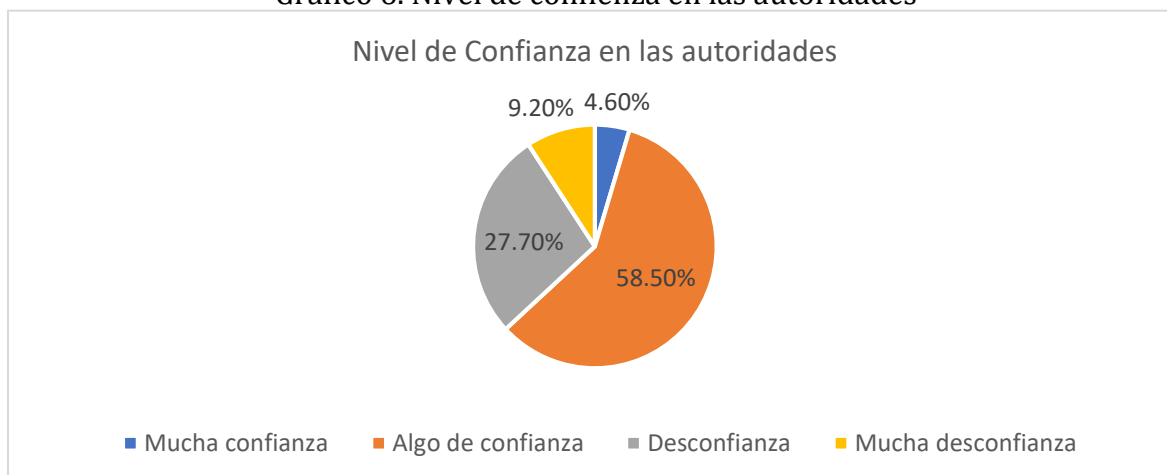
Tabla 8. Respuestas de no denuncia ante las autoridades

Porque no presentaste una denuncia ante las autoridades	No hacen caso
	Porque nunca dan seguimiento
	No te hacen caso las autoridades
	No actúan ni revisan cámaras
	Por incompetencia de la autoridad
	Porque no te dan solución, y por decir en mi caso nada más intentaron robarme, forzaron los candados y no tenía evidencia por lo que no procedió la demanda

Fuente: Encuesta aplicada, 2023

Las diversas respuestas exteriorizan que la ciudadanía no tiene la suficiente confianza para dar el seguimiento ante las autoridades y que estas a su vez, realicen su trabajo con ética profesional, asimismo manifestaron la pérdida de tiempo y caso omiso que implica estar en un ministerio público. En este sentido las respuestas a la pregunta ¿Tienes confianza en las autoridades que salvaguardan tu seguridad pública?, los resultados se presentan en la gráfica 6.

Gráfico 6. Nivel de confianza en las autoridades



Fuente: Encuesta aplicada, 2023

Paradójicamente, en el cuestionamiento que nivel de confianza tienes en las autoridades el 58.50% manifiesta que tiene “*algo de confianza*” en las autoridades, lo que reveló que constantemente viven con el temor de ser víctimas de la delincuencia, principalmente por el temor de ser extorsionados por los delincuentes por el “pago de la cuota para poder operar”, por lo que cierran sus negocios temprano, situación que los afecta en los aspectos económicos y de operatividad pues ya no pueden realizar ventas de forma segura después de las 8pm.

Conclusiones

La Seguridad Pública representa un pilar muy importante tanto para el bienestar y paz social de los ciudadanos como para los microempresarios que desarrollan sus actividades comerciales en los municipios de la Región XV Texcoco, por lo que los gobiernos municipales se encuentran en el deber de cumplir y realizar las acciones necesarias para garantizar la seguridad e integridad de los habitantes y los microempresarios.

Resulta importante el contar con un sano Sistema de Seguridad Pública en general, desde el policía de calle hasta los ministerios públicos, ya que es una constante que los microempresarios al ser víctimas de la delincuencia no realizan las denuncias correspondientes, por lo que no se registran las carpetas de investigación en las instancias indicadas, quedando impunes los actos ilícitos perpetrados por los asaltantes.

En los diferentes Planes de Desarrollo Municipales, se originan ejes encaminados a mejorar la Seguridad Pública y la prevención del delito detallando diferentes estrategias a

seguir entre las que destacan, la profesionalización del personal, en este sentido el Estado de México cuenta con la Universidad Mexiquense de Seguridad que tiene como objeto: “regular la integración, organización y funcionamiento del Sistema Nacional de Seguridad Pública, señala que la profesionalización es un proceso permanente y progresivo de formación, integrado por la formación inicial, actualización, promoción, especialización y alta dirección, cuya consecución es desarrollar integralmente las competencias, capacidades y habilidades de los servidores públicos”. (EdoMéx, 2023b), sin embargo, la delincuencia sigue en creciente deteriorando poco a poco el desarrollo económico de las microempresas establecidas en la Región XV Texcoco, ya que según testimonios de los encuestados y a pesar de que señalaron no haber sido víctimas de robo, han visto de forma frecuente asaltos a mano armada por lo que estos prefieren cerrar su negocio antes que permitir ser extorsionados por los delincuentes con la llamada “cuota par poder operar”.

Debe existir una ciudadanía exigente que realice denuncias para que con esto haya mejores servidores públicos, una policía calificada y capacitada para lograr cero impunidad en los castigos a los delincuentes.

Los microempresarios establecidos en la Región XV Texcoco en el desarrollo de sus actividades, aportan fuente de empleo y generan una importante contribución al Producto Interno Bruto Estatal, por lo que es elemental que en ellos exista la confianza en la seguridad pública prestada por las autoridades para proteger su integridad y de esta forma sus labores comerciales contribuyan al desarrollo endógeno de su comunidad.

Referencias

Colectivo de Análisis de Seguridad con Democracia, 2016. <https://www.casede.org> [En línea] Disponible en: <https://www.casede.org/index.php/quienes-somos> [Accesado el 18 mayo de 2023].

Consejo Ciudadano para la Seguridad y Justicia (CCSJ), 2023. <https://consejociudadanomx.org> [En línea] Disponible en: https://consejociudadanomx.org/media/pdf/7/DISI_marzo2023.pdf [Accesado el 18 mayo de 2023].

DataMéxico, 2022. <https://datamexico.org/es/profile/geo/tezoyuca#seguridad-publica> [En línea] Disponible en: <https://datamexico.org/es/profile/geo/tezoyuca#seguridad-publica> [Accesado el 12 de mayo 2023.]

DataMéxico, 2022. <https://datamexico.org/es/profile/geo/atenco#seguridad-publica> [En línea] Disponible en: <https://datamexico.org/es/profile/geo/atenco#seguridad-publica> [Accesado el 12 de mayo 2023.]

DataMéxico, 2022. <https://datamexico.org/es/profile/geo/chiconcuac#seguridad-publica> [En línea] Disponible en: <https://datamexico.org/es/profile/geo/chiconcuac#seguridad-publica> [Accesado el 12 de mayo 2023.]

DataMéxico, 2022a. [https://datamexico](https://datamexico.org/es/profile/geo/texcoco#seguridad-publica) [En línea] Disponible en: <https://datamexico.org/es/profile/geo/texcoco#seguridad-publica> [Accesado el 12 mayo 2023].

DataMéxico, 2023. [https://datamexico](https://datamexico.org/es/profile/geo/tezoyuca#population-and-housing) [En línea] Disponible en: <https://datamexico.org/es/profile/geo/tezoyuca#population-and-housing> [Accesado el 12 de mayo 2023].

Gobierno del Estado de México (EdoMéx), 2020. [legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx](https://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/ley/vig/leyvig015.pdf). [En línea] Disponible en: <https://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/ley/vig/leyvig015.pdf> [Accesado el 13 marzo 2023].

Gobierno del Estado de México (EdoMéx), 2022a. <https://copladem.edomex.gob.mx>. [En línea] Disponible en: https://copladem.edomex.gob.mx/sites/copladem.edomex.gob.mx/files/files/pdf/Planes%20y%20programas/Mpales-2022-2024/Atenco_PDM_%202022-2024.pdf [Accesado el 22 marzo 22].

Gobierno del Estado de México (EdoMéx), 2022b. <https://chiconcuac.gob.mx>. [En línea] Disponible en: https://chiconcuac.gob.mx/contenidos/chiconcuac/docs/74_pdm-chiconcuac-2022-2024_23418093916.pdf [Accesado el 21 marzo 2023].

Gobierno del Estado de México (EdoMéx), Secretaría de Seguridad del Estado de México, 2022. Zonas Estado de México. México. P.3

Gobierno del Estado de México (EdoMéx), 2023a. <https://estadodemexico.com.mx/municipio/tezoyuca/>. [En línea] Disponible en: <https://estadodemexico.com.mx/municipio/tezoyuca/> [Accesado el 23 marzo 2023].

Gobierno del Estado de México (EdoMéx), 2023b. Universidad Mexiquense de Seguridad [En línea] Disponible en: <https://ums.edomex.gob.mx/antecedentes> Accesado el 18 mayo de 2023.

Gobierno del Estado de México (EdoMéx), s/f. <http://sesespem.edomex.gob.mx/sites/sesespem.edomex.gob.mx>. [En línea] Disponible en: http://sesespem.edomex.gob.mx/sites/sesespem.edomex.gob.mx/files/files/Programa_Estatal_de_Seguridad_P%C3%BAblica.pdf [Accesado el 14 marzo 2023].

H. Ayuntamiento Constitucional de Texcoco (HACT), 2022. <https://copladem.edomex.gob.mx>. [En línea] Disponible en: https://copladem.edomex.gob.mx/sites/copladem.edomex.gob.mx/files/files/pdf/Planes%20y%20programas/Mpales-2022-2024/Texcoco_PDM_2022-2024.pdf [Último acceso: 2023 marzo 22].

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), 2023. <https://www.inegi.org.mx>. [En línea] Disponible en: https://www.inegi.org.mx/temas/directorio/#Informacion_general [Accesado el 15 marzo 2023].

Laboratorio de Seguridad Ciudadana (LSC), 2021. <https://onc.org.mx>. Reporte Trimestral sobre incidencia delictiva en el Estado de México. Primer trimestre de 2021. [En línea] Disponible en: https://onc.org.mx/public/rednacionaldeobservatorios/public/onc_site/uploads/ReporteEdomex1s2021.pdf [Accesado el 16 marzo 2023].

Mapa del Estado de México, 2023. Disponible en <https://espanol.mapsofworld.com/continentes/norte-america/mexico/mexico.html> [Accesado el 12 de marzo 2023].

Observatorio Nacional Ciudadano (ONC), 2023. delitosmexico.onc.org.mx. [En línea] Disponible en: <https://delitosmexico.onc.org.mx/mapa?unit=folders&indicator=researchFolders&period=1-2023&group=month&crime=8000&domain=> [Accesado el 15 marzo 2023].

Secretaría de Economía (SE). Economía, 2023. www.economia.gob.mx. [En línea] Disponible en: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/microempresario> [Accesado el 15 marzo 2023].

Secretaría de Gobernación (SeGob), 2019. <http://www.ordenjuridico.gob.mx>. [En línea] Disponible en: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Constitucion/articulos/21.pdf> [Accesado el 16 marzo 2023].

Secretaría de Seguridad del Estado de México, Universidad Mexiquense de Seguridad & Colectivo de Análisis de Seguridad con Democracia (SSEdoMéx), 2023. <https://sseguridad.edomex.gob.mx>. [En línea] Disponible en: https://sseguridad.edomex.gob.mx/sites/sseguridad.edomex.gob.mx/files/files/Book%20ATLAS%20EDOMEX%202022%20C_PDA.pdf [Accesado el 15 marzo 2023].

Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública (SESNSP). 2022. Estado de Fuerza Seguridad Pública Municipal (2021-Jul 2022). Documento interno.

Velázquez María de los Ángeles, 2023. La Seguridad en el corredor del Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles. En: *Atlas de Seguridad del Estado de México 2022*. México: pp. 200-210.

Disponible en: https://sseguridad.edomex.gob.mx/sites/sseguridad.edomex.gob.mx/files/files/Book%20ATLAS%20EDOMEX%202022%20C_PDA.pdf. [Accesado el 15 marzo de 2023].

Factores de desarrollo en Chihuahua: capital humano y propiedad intelectual

Myrna Limas Hernández¹

Julieta Flores Amador²

Resumen

La reorganización regional de la producción que tiene lugar a nivel mundial causada por las nuevas tendencias en los procesos de producción, como la Industria 4.0, ha evidenciado la necesidad de contar con personal más calificado desde la década 2000. Los antecedentes indican que México se ha apegado a un modelo de industrialización basado en la atracción de inversión extranjera directa desde 1965 donde la región norte atrajo las operaciones de empresas multinacionales a través de sus compañías subsidiarias. En particular, el gobierno estatal de Chihuahua como la iniciativa privada han encaminado sus esfuerzos para apuntalar a la región en función del modelo de un sistema regional de innovación donde la implementación de políticas y programas requieren la adaptación y creación de agentes que le den soporte.

En términos teóricos, el sistema de innovación y la formación de capital humano fueron los conceptos que marcaron la pauta para corroborar que ese capital se adquiere principalmente por medio de la educación formal o en el mercado de trabajo. En ese sistema, las empresas maquiladoras junto con la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez han sido actores clave para buscar que la población disponga de mejores niveles de estudios o escolaridad, títulos, credenciales, conocimientos, capacitaciones, etcétera, por lo que la apertura de programas en el nivel superior ha operado conforme a los dictados de la guía STEM. Por tanto, el objetivo de esta entrega fue revisar cómo se ha puesto de manifiesto el capital humano en la academia y las empresas a través de su personal a partir de considerar algunos indicadores. En esa revisión, el análisis de los roles y el desempeño de las mujeres en sectores “no tradicionales” como estudiantes, profesoras, investigadoras, propietarias de patentes fue fundamental. En ese quehacer, la metodología se abordó desde el enfoque cuantitativo en tanto se planteó un problema, se revisó literatura, se confrontó una hipótesis, se crearon bases de datos propias, se definieron variables, etcétera, que hicieron notar por ejemplo el aumento en la matrícula, el profesorado y personal investigador en la UACJ y que aún hay retos que enfrentar. Además, se captó que las inventoras que residen en Chihuahua son un capital valioso para las empresas en tanto buscan proteger su conocimiento a través de la obtención de patentes.

En suma, los resultados obtenidos pueden considerarse insumos para otras investigaciones y ser revisados por el gobierno como por organizaciones de creación de conocimiento de manera que coadyuven en la formación de capital humano para beneficiar a las empresas, el desarrollo regional y erradiquen las desigualdades.

Conceptos clave: 1. Capital humano, 2. Propiedad intelectual, 3. Desarrollo regional y Género

¹ Doctora en Integración y Desarrollo Económico, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, mlimas@uacj.mx

² Doctora en Administración, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, julieta.flores@uacj.mx

Introducción

La reorganización regional de la producción a nivel mundial causada por las nuevas tendencias en los procesos de producción, como el *nearshoring* y la Industria 4.0, han hecho evidente la necesidad de contar con personal más calificado. En este sentido, varios autores han analizado las políticas y programas de algunos países enfocados en la formación y capacitación del capital humano (Katz, 2018; Watson, 2020). Así mismo, debido a que ha sido ampliamente reconocido el papel de la innovación en el desarrollo de los países, se ha enfatizado la importancia de la implementación de las políticas y los programas relacionados con la ciencia, la tecnología y la innovación (CTI) considerando las particularidades disponibles para incrementar las capacidades tecnológicas específicas requeridas para mejorar el desempeño de una determinada región (OCDE, 2011). Si bien el tema de desarrollo regional se ha analizado durante varias décadas, en los últimos años se ha acentuado el interés por destacar el papel y la participación de la mujer en éste (Women UN, 2014). Sin embargo, los estudios que evalúan el impacto de tal situación son limitados debido a la particularidad de los indicadores y métricas para elaborar dichos análisis³.

En el estado de Chihuahua, tanto el gobierno estatal como la iniciativa privada han hecho esfuerzos para apuntalar a la región en función de implementar políticas y programas que permitan la adaptación y creación de agentes públicos y privados que den soporte a la generación de un ambiente o sistema de innovación regional (De los Santos et al, 2017); (Ampudia & Flores, 2022). Si bien la participación y vinculación de estos agentes son importantes, más relevante es el conocimiento que se genera, difunde y explota por quienes impulsan el desarrollo; por tanto, se requiere saber las características del capital humano que reside en la región.

El objetivo de este documento fue mostrar algunos avances obtenidos en materia de la creación y generación de conocimiento, la formación de recursos humanos y el impulso a la ciencia y la tecnología, así como la participación en la innovación tecnológica de la región⁴, considerando particularmente, la presencia y participación de las mujeres en términos académicos y científicos por lo que se procedió a identificar sus aportaciones dentro y fuera de las aulas considerando cuatro roles particulares: como estudiantes, profesoras, investigadoras o como inventoras de propiedad intelectual (patentes).

Ello se advirtió necesario por dos razones: 1) Confirmar la hipótesis que propone que, dada la cantidad de población, en general más del 50% de la matrícula en la universidad deben ser mujeres (según el ranking CYD el promedio es 56%) pero pocas mujeres optan por estudiar carreras de tecnologías o matemáticas. En promedio, si el porcentaje de alumnas en esas áreas en el mundo es 36%, algo similar debe ocurrir en la UACJ. Y, 2) puntualizar los aspectos o cambios que tienen lugar en el siglo XXI en el caso de las mujeres, los cuales demandan no pasarse inadvertidos en los estudios del desarrollo, el capital humano y los

³ Diversas discusiones e iniciativas se han realizado al respecto. Revisar <https://genderdata.worldbank.org/indicators/>, <https://statistics.cepal.org/portal/cepalstat/dashboard.html?theme=4&lang=es>, <https://www.oecd.org/dac/gender-development/43041409.pdf>. Consultados el 27 de julio de 2023.

⁴ Este documento es parte de los avances del proyecto de investigación “Actores, vínculos y redes en el sistema regional de innovación. Caso Chihuahua, México” inscrito en CATHI-UACJ.

estudios de género, como es el caso del ambiente denominado “tubería con fugas” (*leaky pipeline*).

El contenido del trabajo está organizado por apartados. El primero presenta un marco conceptual con las directrices que sustentan este estudio. El segundo apartado precisa un marco contextual que describe algunas características de Chihuahua y Ciudad Juárez. El siguiente contenido plantea la metodología distinguiendo las técnicas y datos que dieron soporte a esta parte de la investigación. Luego se exponen los resultados. Y en la última sección se presentan los comentarios finales.

Marco conceptual: capital humano y sistemas de innovación

El capital humano (CH) es un concepto que se adjudica a Theodore Schultz, considerado el padre de la Economía de la Educación, y su origen se ubica en 1959. La separación de ese vocablo compuesto explica que el capital refiere al conjunto de conocimientos, habilidades, competencias, la escolarización, el aprendizaje y otros atributos que producen satisfacciones y ganancias futuras. Ese capital se adquiere principalmente por medio de la educación formal (escuela, instituto, universidad) o en el mercado de trabajo (experiencia, formación, capacitación). El calificativo humano significa que está ligado al individuo o incorporado al hombre (Velasco, 2008).

Desde esa propuesta, el CH cabe asociarlo con la inversión que desarrollan las personas en su educación, sus conocimientos, su capacitación, la información que disponen, las ideas, las habilidades, las competencias, las aptitudes, la salud, tener mejores puestos de trabajo de modo que la expectativa es tanto obtener mejores ingresos como conseguir títulos, credenciales, nuevas destrezas que les permitan más logros. De ocurrir así, los países buscarán que la población disponga de más nivel de estudios o escolaridad ya que en la medida que el capital humano es menor, la gente está menos cualificada. Por el contrario, al hacer frente a las deficiencias en capital humano mediante la ampliación en el número de años de la educación obligatoria o vía aumento de oferta educativa, el crecimiento económico será mayor, las vacantes laborales podrán cubrirse y el aumento de salarios e ingresos alentará la igualdad de oportunidades contrarrestando las desigualdades.

El capital humano es clave en el sistema de producción actual debido a que los procesos de manufactura y servicios se enfrentan a un constante cambio tecnológico y su digitalización. Desde principios de este siglo se ha acentuado el análisis de la generación y difusión del conocimiento como parte crucial del crecimiento de los países (Foray y Lundvall, 2009) y en esa dinámica las personas que capacitan, enseñan, que forman, que innovan, que aprenden, son una pieza clave.

Independientemente de si una sociedad es más o menos compleja, avanzada o desarrollada en términos de cualificaciones, uno de los conceptos más utilizado para constatar los componentes del capital humano se ha denominado sistema de innovación, el cual considera al aprendizaje como el proceso fundamental para la creación de conocimiento, elemento clave para generar innovaciones tecnológicas a través de la colaboración entre varios agentes públicos o privados, regulados por un marco insitucional, y cuyo alcance puede ser nacional, regional, local o sectorial (Nelson, 1993; Lundvall, 2010). Por tanto, la formación de recursos humanos calificados es fundamental para la generación de nuevo

conocimiento. Y, bajo el esquema de innovación, para que ese conocimiento pueda aplicarse o replicarse, es necesario que haya interacción con empresas cuyo personal sea capaz de transformar ese conocimiento con actividades de investigación y desarrollo (I+D) que conlleven a crear productos que puedan ser comercializados (Asheim et al., 2007).

Cabe mencionar que, a partir de la globalización de las actividades productivas, las EMN han jugado un papel importante en la generación y difusión del conocimiento (Audrestch y Feldman, 2004). En las últimas décadas, con la globalización de las cadenas de producción, el acelerado ritmo del cambio tecnológico y la complejidad de los procesos de producción, las redes internacionales de innovación se hicieron más evidentes (Barré, 1996). Tales redes cobran relevancia ya que consideran la integración de los conocimientos de inventores localizados en diferentes latitudes, tanto en países desarrollados, como en países en vías de desarrollo, como México (Cantwell y Mudambi, 2003; Lukach y Plasmans, 2001; Flores y Martínez, 2017).

En ese recorrido, las aportaciones teóricas y aplicadas sobre las transiciones que están ocurriendo al interior de las aulas más el cambio de paradigma en el significado de “trabajar” y las profesiones que van ganando terreno en el mundo laboral formal (perfiles profesionales, carreras con mejor futuro, habilidades duras y blandas para el trabajo, habilidades vinculadas con la quinta generación de tecnología móvil 5G) surgió la posibilidad de explorar cómo se pone de manifiesto el capital humano en la academia y las empresas a través de su personal y reflexionar lo que acontece en el siglo XXI. Pero, antes se consideró adecuado abrir un paréntesis para comentar dos propuestas sobre la medición del capital humano.

El Banco Mundial y el Foro Económico Mundial son dos referencias que explican cómo puede medirse el capital humano. Ambas instancias coinciden en la propuesta de un índice. La opción del Banco Mundial es un índice de capital humano (HCI, Human Capital Index) integrado por tres componentes (supervivencia, escolaridad y salud) cuyo resultado mide el nivel de capital humano que un niño(a) nacido(a) ahora puede esperar alcanzar desde su nacimiento hasta los 18 años de vida, dados los riesgos de tener una salud o educación pobre al prevalecer ese esquema en el país donde ese niño o niña resida. En síntesis, el indicador fue diseñado para resaltar cómo las inversiones que mejoran los resultados de salud y educación hoy afectarán la productividad futura de las próximas generaciones de trabajadores. Según los resultados obtenidos, donde los parámetros del HCI son 0 a 1 [donde 0 expresa la ausencia total de capital humano y 1 indica el máximo potencial a alcanzar] se pueden definir políticas y conseguir intervenciones para mejorar la cantidad y calidad de educación como la salud en determinada población y región (Kraay, 2018).

En ese registro resulta relevante tanto el tiempo destinado a estudiar por parte de una persona y el grado de escolaridad obtenido como la calidad del profesorado y de las escuelas o instituciones que formen a uno u otro grupo de estudiantes ya que los actuales miembros de la fuerza laboral serán reemplazados eventualmente por las personas que están formándose, estudiando y obteniendo grados, títulos o credenciales, pues potencialmente serán relativamente más productivas.

En el caso de la segunda referencia, el Foro Económico Mundial también se propuso medir el capital humano a partir de considerar la educación o aprendizaje y el empleo como los pilares clave. La dimensión aprendizaje mide la matrícula escolar, la tasa de alfabetización y la tasa de jóvenes que hayan culminado su educación para capturar el número de personas

que asisten a la escuela como la calidad de la educación. La segunda dimensión del índice es el empleo y mide variables como la tasa de participación en la fuerza laboral, la tasa de empleo, el subempleo, la brecha de género y la ocupación en posiciones altamente calificadas para dar cuenta de los aspectos más reveladores del empleo y su calidad. En esta propuesta, la escala de medición considera de 0 a 100 puntos o 0 a 1 (Páez, 2023) y busca reflejar que al tener lugar una inadecuada preparación y capacitación del capital humano en algún territorio es indispensable modificar esa condición dado que al no lograrlo representa un obstáculo para la competitividad y, en caso de persistir una baja productividad laboral, los bajos ingresos para las personas serán una realidad difícil de contrarrestar (Fundesa, 2023).

En el caso de México, el ICH estimado por el Banco Mundial en 2010 fue 0.58 y en 2020 aumentó a 0.61 puntos (Banco Mundial, 2023). El Foro Económico Mundial estimó un ICH para México igual que 61.25 en 2017 donde el promedio mundial es 62% significando que los gobiernos están desperdiciando entre el 38% y 39% de los talentos de su población (World Economic Forum, 2017).

En particular, esto último sugirió retomar una conclusión de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) respecto a los talentos de hombres y mujeres donde apuntaba que las empresas saben que “contar con un personal que comprenda y sea capaz de responder a las necesidades tan variadas y cambiantes del mercado es imprescindible” (Organización Internacional del Trabajo, 2016). En ese contexto, las oportunidades para mujeres y hombres se ven obstaculizadas por los estereotipos de género en tanto se les dificulta acceder a áreas no tradicionales en las que podrían desarrollar sus talentos y potenciar sus aportaciones de manera novedosa y significativa.

Es justo en estas reflexiones que tuvo sentido dirigir la atención al ámbito educativo. Si una empresa o un país buscan mejorar las condiciones laborales de su personal, el desarrollo y la igualdad entre hombres y mujeres, algunas medidas que operar incluirían promover el acceso de las mujeres a oportunidades más amplias de educación o formación profesional en sectores no tradicionales. En esa intención, las universidades -entendidas como el espacio propicio que identifica, forma y desarrolla talentos de/desde las personas- son las instituciones a quienes les corresponde identificar dónde y bajo cuáles esquemas y mecanismos procede resolver las necesidades de formación de la gente considerando ambientes sin discriminación de género fortaleciendo su capital humano y su presencia en carreras y sectores “con tinte masculino”.

El punto de partida para conocer las necesidades de formación y los sectores no tradicionales consistió en documentarnos sobre las carreras con el mejor futuro y sobre la clasificación de programas que ha cobrado auge a partir de la primera década del siglo XXI. En cuanto a las profesiones con un futuro más prometedor en tanto parece que serán las más demandadas en los próximos años por las empresas, el gobierno mexicano distinguió cinco grupos generales, a saber: Pro-ecologistas, Desarrollo sustentable, Nuevas tecnologías, Medicina: convergencia de campos y Relaciones humanas. Algunas carreras que forman parte de la lista son: Ingeniería ambiental y sustentabilidad, Ecologista de datos, Ingeniería del agua, Geomicrobiólogo, Productor de alimentos orgánicos, Ingeniería en Sistemas Digitales y Robótica, Ingeniería en producción musical y digital, Nanomédico, Consejero médico genético, Gestor de comunidades, Broker de talento o Gerente de bienestar, entre otras (Observatorio laboral, 2021).

En cuanto a los sectores (no) tradicionales que vienen cobrando auge en los procesos de formación y que han definido la clasificación alternativa de los programas educativos y del ejercicio de las profesiones procede referirse a aquella denominada STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics) que previamente se consideró SMET, STEM Education o STEMManía (Sanders, 2009). Según diversos autores, la clasificación de los programas educativos en las áreas de Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas es un recurso que reconoció que el capital intelectual genera innovación y rentabilidad económica por lo que se ha buscado favorecer la elección de una carrera o un empleo para las mujeres en tanto los primeros registros confirmaron que la discriminación sufrida por ellas principalmente en algunos programas propiciaron brechas de género consiguiendo estar infrarrepresentadas (Avendaño & Magaña, 2018).

La propuesta de este ensayo se encaminó para capturar algunas directrices del capital humano en el caso de la academia, la investigación y la ciencia en Chihuahua, México. Para ello, se concentró la atención en la dimensión educación donde la información clave consistió en conocer y revisar datos asociados con el número y distribución de personas que están formándose en carreras STEM en Chihuahua, las características del profesorado que ha estado formando a los profesionistas en los años recientes, desglosar en cuáles campos el personal investigador de la universidad está consiguiendo formar parte del sistema nacional de investigadores y proveer el listado de empresas que están impulsando la participación de las mujeres en la innovación a través del registro de patentes. El contexto del territorio se muestra a continuación.

Importancia del estado de Chihuahua: un marco contextual

La historia de industrialización y desarrollo de México de los últimos cincuenta años está vinculada a la inversión extranjera directa (IED). Dada la ubicación geográfica del país, desde 1965 se implementó el Programa de Fomento a la Industria Maquiladora de Exportación, el cual permitía a las subsidiarias de EMN localizarse en la zona norte de la República Mexicana (Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, y Tamaulipas) para reducir sus costos totales a través de contratar mano de obra poco calificada que respondiera a las necesidades de sus procesos de producción.

Después, con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) implementado en 1994, el modelo se expandió hacia el interior del país por lo que se fueron diseminando los procesos de producción. Y no solo eso. Recientemente, la actualización de dicho tratado, T-MEC (2021) y la incorporación de la llamada Industria 4.0, que implica la automatización y digitalización de los procesos productivos, han complejizado aún más el nivel de conocimiento requerido. En otras palabras, las transformaciones que tienen lugar en los procesos productivos demandan tener presente que las empresas requieren reclutar talentos y los empleados contratados o quienes decidan aceptar un nuevo trabajo o permanecer en el mismo necesitarán oportunidades continuas para aprender.

En este documento nos enfocamos en el estado de Chihuahua, debido a que en éste se implementó por primera vez el Programa Maquila y desde que comenzó el tratado comercial se ha mantenido en los diez primeros lugares en la participación del producto interno bruto (PIB). Esta participación ha sido alrededor del 4-5% del PIB nacional, destacando en las

actividades primarias, secundarias y terciarias (INEGI, 2021). Del mismo modo, en las últimas dos décadas, el estado de Chihuahua se ha posicionado dentro de los cinco estados que más IED ha captado⁵. Las localidades principales que han acaparado esta inversión son la ciudad de Chihuahua y Juárez. Así, en el estado se han localizado desde el año 2000 más de 400 unidades productivas conocidas como maquilas, de las cuales más de 300 se han establecido en Ciudad Juárez; lo que ha impactado en la participación del PIB de esta ciudad en el estado. Las actividades productivas de la IED abarcan sectores de fabricación de equipo de cómputo y comunicaciones, fabricación de electrodomésticos, fabricación de autopartes y fabricación de dispositivos médicos. En enero de 2023, el estado de Chihuahua registró el 17.5% del empleo nacional, mientras que Ciudad Juárez registró el 12% del total nacional (Index Juárez, 2023).

A nivel estatal, el gobierno del Lic. Javier Corral (2016-2021) impulsó un discurso donde daba prioridad a la innovación tecnológica en Chihuahua en el Plan Estatal de Desarrollo, así ocurrió que la Secretaría de Economía cambió su nombre a Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico (SIDE) y fue desde ahí que se promovió la creación de un sistema regional de innovación como una novedad de su gobierno. Dentro del Programa Sectorial de la dependencia en cuestión, se dio importancia a la formación y capacitación de capital humano del estado, así como al desarrollo, atracción y retención del talento⁶. Posteriormente, la nueva administración encabezada por la Lic. María Eugenia Campos (2022-2026) dio seguimiento a los resultados obtenidos y dio continuidad a esa estrategia⁷.

Dada la anticipación en la importancia de las redes en la interacción entre empresa-academia-gobierno-sociedad para crear y generar conocimiento, se consideró en un principio hacer un balance de las diversas instituciones de educación superior que colaboran en la educación formal de las personas a nivel estatal. Sin embargo, se eligió centrarnos de manera exclusiva en la UACJ basándonos en dos argumentos principales, a saber: i) la UACJ es un actor clave en el proceso de transformación y cobertura de perfiles laborales que tiene lugar en el siglo XXI ya que ha asumido el compromiso de formar capital humano en diversas profesiones y contribuir en el desarrollo de las personas y de la región, según consta en diversos informes de actividades⁸. Y, ii) el valor de su importancia a nivel local, estatal y regional de acuerdo con el número de estudiantes que atiende y de docentes adscritos al, actual, Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII)⁹ es considerable.

⁵ Ver Secretaría de Economía: <https://datos.gob.mx/busca/dataset/informacion-estadistica-de-la-inversion-extranjera-directa> Consultado el 27 de julio de 2023.

⁶ Ver <https://docplayer.es/65386334-Programa-sectorial-de-innovacion-y-desarrollo-economico.html> Consultado el 27 de julio de 2023.

⁷ Ver <https://chihuahua.gob.mx/sites/default/attach2/periodico-oficial/anexos/2022-05/ANEXO%2043-2022%207%20SIDE%20PROGRAMA%20SECTORIAL%202022-2027.pdf> Consultado el 27 de julio de 2023.

⁸ Por ejemplo: ampliar y diversificar la oferta educativa formal a través del tiempo, ha buscado mantener o ampliar los niveles de matrícula, ha dado seguimiento a la evaluación y acreditación de programas, ha integrado el Modelo educativo visión 2040 para coadyuvar de manera particular en la formación de profesionistas, ha actualizado planes de estudio, ha diseñado estrategias para disponer de personal calificado femenino y masculino, es una institución que se ha preocupado por formado diversas generaciones buscando hacer frente a las desigualdades de género, entre otros aspectos fundamentales.

⁹ El Sistema Nacional de Investigadores, fue creado en 1984 y desde entonces es un programa administrado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), hoy Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y

Además, otro punto a favor de la institución son los esfuerzos y recursos encaminados hacia la equidad de género e igualdad en el trabajo, lo que implicó agregar en la agenda ser evaluada por el Instituto Nacional de Mujeres (INMUJERES) conforme a los criterios del Modelo de Equidad de Género (MEG). El resultado fue que la UACJ obtuvo la certificación de género en 2011¹⁰ aunque no se encontró que haya tenido lugar una auditoría de seguimiento para confirmar la ampliación de la vigencia¹¹.

Pese a ello, actualmente se sigue este modelo en la Universidad y con base en éste se ha formulado una política de equidad de género que abarca la planeación, normatividad y procesos administrativos y de difusión para el apoyo en la identificación y la solución a los problemas de equidad e igualdad. Lo interesante de este apunte es que la acción de desagregar información por sexo y prestar atención a las circunstancias de las personas constituyen herramientas poderosas para resaltar cómo las inversiones en capital humano en hombres o mujeres por parte de ellos(as) mismos(as) o las empresas en su cúmulo de conocimientos y talentos sí determina la conformación de la plantilla laboral, lo que admitiría ampliar el índice de capital humano para estudiarlo con perspectiva de género e ir más allá de limitarse a visualizar la productividad futura de las próximas generaciones de trabajadores.

Metodología

El interés por conocer qué carreras están estudiando los y las jóvenes de nivel superior en la UACJ, al ser personas mayores de 18 años, indagar quiénes están asumiendo la responsabilidad de formarlos, en cuáles áreas se está incentivando la ciencia y la investigación vía patentes, nos llevó a definir las acciones a seguir desde el punto de vista metodológico. La metodología se abordó desde el enfoque cuantitativo en tanto se partió de una idea, se revisó literatura, se definieron variables y se midieron numéricamente en determinado contexto con datos seleccionados para sugerir algunas ideas puntuales que confrontaran una hipótesis previamente formulada. El propósito de estas tareas fue que la investigación fuera lo más “objetiva” posible (Hernández, et al., 2010).

La estructura del contenido del documento implicó la consulta de bases de datos científicas y de divulgación además de repositorios con estadísticas. Los insumos de información fueron variados: artículos, capítulos de libros, libros, informes de actividades de distintas administraciones de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ), informes del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, artículos de divulgación, entre otros.

Un producto obtenido fue que integramos varias bases de datos y creamos las propias. Por lo que compete a la matrícula estudiantes, el profesorado y el personal investigador se

Tecnologías (Conahcyt). Es un sistema que reconoce la trayectoria académica y de investigación, evaluada por pares. La actual administración del gobierno federal busca implementar mecanismos que sean más incluyentes. Ver <https://conahcyt.mx/mexico-transforma-el-sistema-nacional-de-investigadoras-e-investigadores-para-fortalecer-el-bien-comun/> Consultado el 27 de julio de 2023.

¹⁰ Ver <https://www.uacj.mx/EquidadGenero/#tab-1> Consultado el 27 de julio de 2023.

¹¹ Ver Modelo de Equidad de Género 20103-2015 <https://www.gob.mx/inmujeres/acciones-y-programas/modelo-de-equidad-de-genero-2003-2015>. Consultado el 25 de julio de 2023.

revisaron los informes de actividades de las administraciones de la UACJ encabezadas por el Mtro. Javier Sánchez Carlos, el Lic. Ricardo Duarte Jáquez y el Mtro. Juan Ignacio Camargo Nassar. El periodo de estudio más reciente donde se dispuso de datos más completos sobre las variables definidas fue 2016-2022.

Para la construcción de la base de datos de patentes¹² se consultó la Oficina de Patentes y Marcas de Estados Unidos (USPTO) debido a la importancia de este mercado tecnológico, además de ser socio estratégico para México (TLCAN, Hoy T-MEC). La búsqueda de patentes abarcó el periodo 2000-2020. Debido a que el interés se concentró en las patentes del estado de Chihuahua, se consideraron las patentes que contenían al menos un(a) inventor(a) con residencia en el estado de Chihuahua¹³. El software de apoyo utilizados fueron principalmente Google Chrome y Excel de Microsoft Office v. 2018. Posteriormente, se identificó a las patentes con al menos una inventora residiendo en el estado de Chihuahua. Una vez que se dispuso de las bases de datos requeridas, previa búsqueda, inspección, limpieza, discriminación, transformación, cálculos, entre otras tareas, se procedió a revisar y analizar los datos para resumirlos según diversas variables, categorías o formatos que hicieran posible tanto su interpretación como su entendimiento. Algunas observaciones y resultados obtenidos se muestran a continuación.

Resultados

El reto de buscar respuestas a la pregunta de cuáles carreras procedía seleccionar como guía para saber qué estaban estudiando los alumnos (as) de nivel superior en la UACJ, o sea, en qué áreas estaban fortaleciendo su capital humano condujo a identificar y resolver lo siguiente. Dado que, de inicio, hubo discordancia con lo encontrado en el Observatorio Laboral respecto a “los 5 campos” (Pro-ecologistas, Desarrollo sustentable, Nuevas tecnologías, Medicina: convergencia de campos y Relaciones humanas) y carreras del futuro vs la oferta de pregrado en la UACJ se optó por recurrir a otra clasificación (Cuadro 1).

Según lo visto, la clasificación de disciplinas para impulsar la formación de recursos humanos en México se basó en el Manual de Canberra (Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, 2011) en 1990. Los campos para distinguir los grados universitarios eran seis: Ciencias naturales, Ingeniería y tecnología, Ciencias médicas, Ciencias agrícolas, Ciencias sociales además del campo de Humanidades y otros. En la década actual, 2020, la clasificación STEM ha sido la guía para organizar los programas de educación superior conforme a cuatro campos (Ciencias, Tecnologías, Ingenierías y Matemáticas) donde añade las profesiones del futuro. Así, al confirmar que el Manual de Canberra ya fue sustituido por esta nueva guía STEM cuya intención es orientar los perfiles y habilidades requeridas por las empresas en su personal se optó por tomarla como la base del análisis.

¹² La función de la patente es otorgar un monopolio temporal al dueño de la patente y a la vez divulgar el conocimiento que se encuentra en dicha patente. Ver <https://www.wipo.int/patents/es/> Consultado 27 julio 2023.

¹³ La búsqueda de patentes se realizó entre diciembre-2020 y marzo-2021. Cabe aclarar que en los datos públicos de las(os) inventoras(es) se presenta su residencia en el momento de solicitar la patente, es decir, no contempla la nacionalidad de los inventores.

Cabe aclarar que la búsqueda de listados de carreras que integran cada campo S, T, E o M no fue sencilla. La lista elaborada con distintas referencias (Gómez, 2018), (Mujeres 360, 2023), (Echavarría, 2023) y (Castillo, 2022) permitió integrar un listado de 38 carreras (12 en Ciencias, 8 en Tecnología, 12 en Ingeniería y 6 en Matemáticas) de las cuales se eligieron 18 (6 de Ciencias, 3 de Tecnología, 6 de Ingenierías y 3 de Matemáticas) ofrecidas por la UACJ para presentar algunos números.

Los antecedentes para saber qué ocurría con el alumnado nos situaron en 2012, tiempo en que el Mtro. Javier Sánchez Carlos ocupaba el puesto de rector en la Universidad. En ese entonces, la matrícula de estudiantes total era de 25,910 personas (95.85% de pregrado y 4.15% en posgrado) y de 36,524 en septiembre 2022 (96.52% de pregrado, el resto cursaba algún doctorado, maestría o especialidad (Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, 2012) (Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, 2022) representando el 55.8% de la cobertura de la población de educación superior en el estado de Chihuahua y un aumento de matrícula del 40.9% entre 2012-2022. Del total de estudiantes de nivel licenciatura en 2016 (28,733), el 52.1% eran mujeres. En 2022, ese porcentaje equivalió a 56.4% (35,252 mujeres) (Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, 2016) (Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, 2022). En síntesis, la matrícula de mujeres en la UACJ en 2016 y en 2022 rebasaron la mitad de la población estudiantil, tal como se esperaba, y los porcentajes están acordes con el promedio del ranking CYD.

Cuadro 1. Clasificación de carreras del futuro por área de conocimiento

Manual de Canberra (1990)	
Ciencias Naturales	Matemáticas e informática, Ciencias físicas, químicas y biológicas, Ciencias de la tierra y del medio ambiente
Ingeniería y Tecnología	Ing. Civil, Ing. Eléctrica y electrónica, Otras ciencias de la ingeniería
Ciencias Agrícolas	Agricultura, silvicultura, pesca y ciencias afines, Medicina veterinaria
Ciencias Sociales	Psicología, Economía, Ciencias de la comunicación, Otras ciencias políticas
Ciencias Médicas	Medicina fundamental, Medicina clínica, Ciencias de la salud
Humanidades y otros	Historia, Lengua y literatura, Otras humanidades
Carreras STEM (2020)	
S-Ciencias	Física, Química, Biología, Biotecnología, Astrofísica, Medicina, Enfermería, Genética, Astrofísica, Odontología, Psicología, Nanociencia
T-Tecnología	Informática, Telecomunicaciones, Análisis de sistemas, Robótica, Software, Ingeniería de sistemas y computación, Desarrollo web y programación, Geoinformática
E-Ingeniería	Ingeniería electrónica, Ing. Eléctrica, Ing. Mecánica, Ing. Naval, Ing. de obras pública, Arquitectura, Ing. Civil, Ing. Ambiental, Ing. Industrial, Ing. Mecánica eléctrica, Ing. de sistemas y computación, Ing. química
M-Matemáticas	Matemáticas, Economía, Estadística, Análisis de sistemas, Contabilidad, Estadística

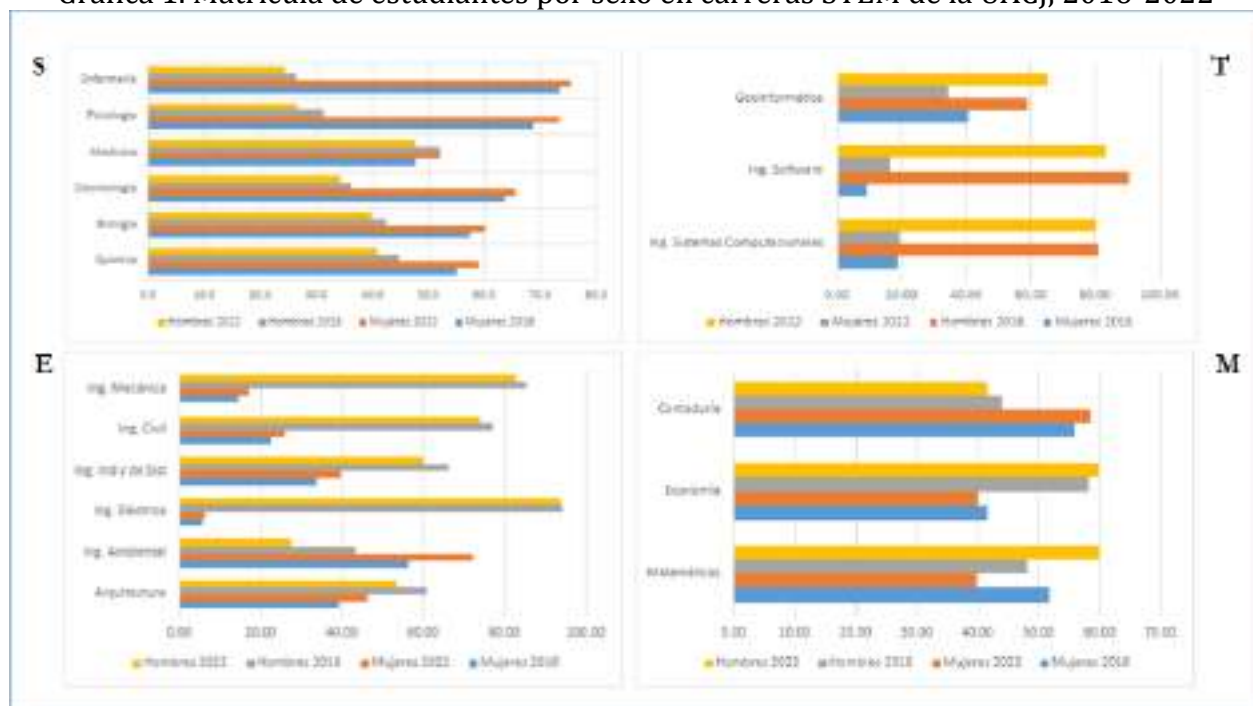
Fuente: Elaboración propia.

Las matrículas por carrera elegida de la UACJ en los campos STEM [(S) Química, Biología, Medicina, Enfermería, Odontología, Psicología, (T) Ing. en Sistemas computacionales, Ing. de Software, Geoinformática, (E) Arquitectura, Ing. Ambiental, Ing. Eléctrica, Ing. Industrial y de sistemas, Ing. Civil, Ing. Mecánica, (M) Matemáticas, Economía y Contabilidad] se compararon en el lapso 2016-2022. Las fuentes de información fueron los informes de actividades 2015-2016 y 2021-2022 de la Universidad. Se obtuvo lo siguiente.

En 2016 y en 2022, el área de Ciencias (S) se distinguió porque 2/3 partes de su alumnado eran mujeres (Gráfica 1). Enfermería ocupó el primer lugar como carrera feminizada pues 3:4 de sus estudiantes eran de sexo femenino en 2016-2022. Psicología se posicionó en segundo sitio al pasar de 69% a 73.4% en su población femenina en el periodo, pero en el tercer puesto sucedió que, en 2016, Medicina tuvo mayor cantidad de hombres estudiando la carrera (52.2%) y en 2022 las mujeres del pregrado de Odontología representaron casi el 60% del alumnado. En general, la presencia de mujeres matriculadas en cada programa considerado ha tendido a aumentar.

En el campo de las Tecnologías (T), la masculinización es el formato que prevaleció en las carreras de Geoinformática, Ingeniería en Software e Ingeniería en Sistemas computacionales en 2016-2022. En las ingenierías de este campo, 8 de cada 10 estudiantes eran varones y en Geoinformática eran 6:10. Pero, mientras que en el caso de la Ingeniería en Software la matrícula de mujeres varió en sentido positivo +166.6% en esos años, en Geoinformática esa matrícula disminuyó (-71.0%); aunque lo mismo ocurrió para los varones (cayó un -62.2%). fPor su parte, la presencia femenina en la Ing. en Sistemas computacionales fue menor del 20% (18.8% en 2016 y 19.8% en 2022) en el periodo de interés; el porcentaje de alumnas en la Ing. en Software aumentó de 9.5% a 16.8% y en Geoinformática su representación porcentual cayó de 41% a 35%.

Gráfica 1. Matrícula de estudiantes por sexo en carreras STEM de la UACJ, 2016-2022



Fuente: Elaboración propia

El campo de las Ingenierías (E) se distinguió porque 2 de cada 3 estudiantes eran varones entre 2016-2022. El alumnado considerado en seis programas de esa área pasó de 3,040 en 2016 a 3,762 en 2022. En términos absolutos, los tres programas con mayor número de alumnas en 2016 fueron Ingeniería industrial, Arquitectura e Ingeniería Civil y en 2022 a esos tres se añadió Ingeniería Ambiental. Aunque el predominio de hombres fue rotundo en Ingeniería Eléctrica (93-94%), Ingeniería Mecánica (82-85%) e Ingeniería Civil (74-77%).

En Matemáticas (M) se encontró que, en términos absolutos, el total de estudiantes matriculados en las tres licenciaturas eran 1,183 en 2016 y 1,570 en 2022. De esos totales, las mujeres representaron el 53.1% de la población estudiantil en 2016 y 55% en 2022. Sin embargo, la distribución de estudiantes en la carrera de Matemáticas era 52% de mujeres y 48% de varones en 2016. En el caso de Economía, los hombres representaron el 58% del grupo de estudiantes y Contaduría tenía más población femenina estudiando el programa (56%). En 2022 hubo cambios. En los programas de Matemáticas y Economía, la población masculina fue equivalente al 60% mientras que las mujeres eran mayoría en Contaduría (58%). En síntesis, la carrera de Contaduría tendió a tener mayor presencia femenina, la carrera de Matemáticas tiende a ser una carrera más atractiva para los varones y en la licenciatura en Economía parece que la matrícula de hombres y mujeres tiende a ser un poco más estable, aunque 4:10 han sido mujeres.

Por lo que compete al personal responsable de la formación de cada estudiante, en esta entrega solo se considera a aquel de tiempo completo donde cobró relevancia revisar los datos de quienes cuentan con estudios de doctorado y quiénes forman parte del SNII. Las cifras que tener en mente como referencia es que la universidad cuenta con siete sedes ubicadas en Juárez, Nuevo Casas Grandes y Cuauhtémoc (en Chihuahua) cuya oferta educativa eran 90 programas en 2016 y 118 en 2020.

En 2010, la UACJ tenía 672 profesores(as) de tiempo completo de los cuales el 32% eran mujeres. En el lapso de 2016-2020, las profesoras PTC pasaron de 286 a 333 manteniendo estable su proporción (entre el 35% y el 38% del total) (Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, 2012); lo que sencillamente no se acerca al 50% que se esperaba que ocurriera, en conformidad con la hipótesis. Los profesores PTC aumentaron de 517 a 533 entre 2016 y 2022 lo que representó un aumento mínimo (+3.09%). Del grupo de profesoras, 1 de cada 3 tenía estudios de doctorado en 2010 y aumentó a 37.3% en 2020. En el caso de los profesores, alrededor de 2/3 partes (hasta 70%) contaban con doctorado en el periodo revisado. Esto significa que el peso del personal académico con sexo masculino rebasa el 51% del total (Cuadro 2).

El personal docente de la UACJ con nombramiento en el SNII reflejó que solo 83 docentes contaban con esa distinción en 2010. En 2012 esa distinción la tenían 119 investigadores(as); en 2016 eran 204 y en 2021 se alcanzaron los 303 (Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, 2022). Por ello, es comprensible que el personal que contaba con nombramiento en el Sistema Nacional de Investigadores e Investigadoras entre 2016 y 2023 fue mayoritariamente masculino al representar 6 a 7 de cada 10. Cifra que con el paso de los años se ha mantenido. Eso refleja un ambiente de desigualdad en la investigación.

Cuadro 2. Personal académico de la UACJ (variables seleccionadas), 2016-2023

Personal docente de Tiempo Completo				Grupo	Variación % 2016-2020
Año	Mujeres	Hombres	Total	PTC Total	7.85%
2016	286 (35.6%)	517 (64.4%)	803	PTC Mujeres	16.43%
2020	333 (38.5%)	533 (61.5%)	866	PTC Hombres	3.09%
Personal docente con estudios de doctorado				Grupo	Variación % 2016-2020
Año	Mujeres	Hombres	Total	Total con PhD	14.61%
2016	159 (36.3%)	279 (63.7%)	438	Mujeres con PhD	17.61%
2020	187 (37.3%)	315 (62.7%)	502	Hombres con PHD	12.90%
Personal docente con nombramiento del SNII				Grupo	Variación % 2016-2023
Año	Mujeres	Hombres	Total	Total SNII	77.0%
2016	71 (34.8%)	133 (65.2%)	204	Mujeres del SNII	98.6%
2023	141 (39.1%)	220 (60.9%)	361	Hombres del SNII	65.4%

Nota: En el año 2020, el personal de la UACJ con nombramiento en el SNI fue 268. PhD con estudios de doctorado.

Fuente: Elaboración propia

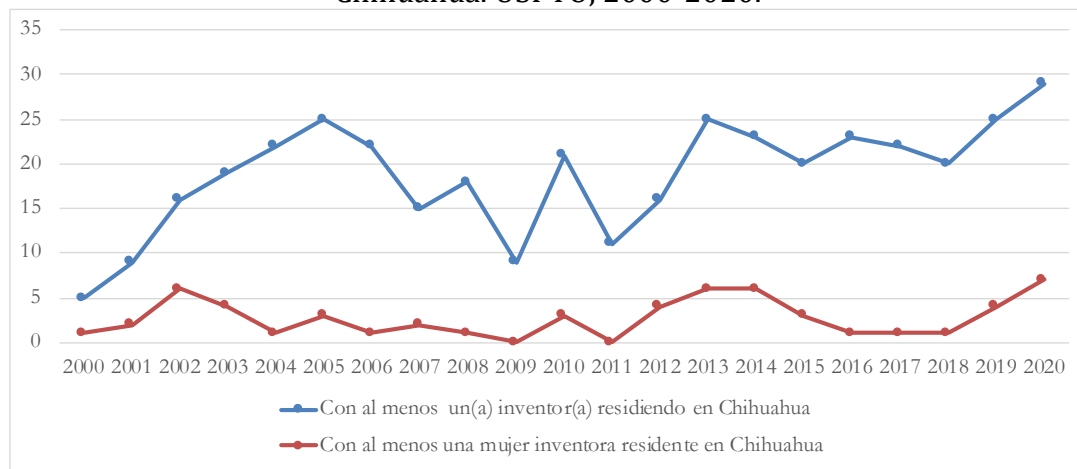
Al indagar en los informes de los (ex)rectores en cuáles campus de la UACJ estaba adscrito el personal con la distinción del SNII resultó que, en 2016, entre el 58.3% y el 69.2% tenían el nivel I y en 2022 esos porcentajes oscilaron entre 61.1% y 80% a excepción de la División Multidisciplinaria de Nuevo Casas Grandes (100% con nivel I). En el caso de las distinciones con candidatura, ese nivel ocupó el segundo sitio en las distintas sedes al concentrar entre el 24 y el 41% en 2016 y del 20% al 36.1% en 2022. Es importante aclarar que en los institutos de Ciencias Biomédicas, Ciencias Sociales, Ingeniería y Tecnología sí se contaba con personal con nivel II en 2016. En 2022, el campus de Arquitectura, diseño y arte, Ciencias Biomédicas, Ciencias Sociales, Ingeniería y Tecnología y Ciudad Universitaria son las sedes que contaron con investigadores(as) nivel II. En 2016, un profesor del Instituto de Ciencias Sociales era el único investigador con nombramiento SNII nivel III y los institutos de Ingeniería y Tecnología y Ciencias Biomédicas fueron los únicos con personal que contó con nivel III en 2022. Dada la composición del profesorado, a reserva de confirmarlo, se interpreta que quienes tienen nivel II o nivel III son varones y residen en Juárez.

Sin duda, los planes de desarrollo que proceda diseñar por la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez en las próximas administraciones requerirán contar con el personal académico suficiente que cubra tanto las necesidades de formación de las carreras STEM que van en ascenso como anticipar estrategias que permitan al personal con doctorado, tiempo completo y con nombramiento en el SNII concatenar recursos que coadyuven para reducir las brechas y desigualdades de género en los diferentes programas de educación superior.

De manera complementaria, para dar cuenta de las circunstancias en materia de innovación y contribuciones a la ciencia se eligió revisar la variable de patentes. La base de datos de patentes que se analizó fue la USPTO. Al hacer la revisión de patentes otorgadas con al menos un(a) inventor(a) mexicano(a) residiendo en el estado de Chihuahua, se encontró

que hay registros desde 1976, sumando un total de 421 documentos¹⁴. Sin embargo, para los fines de este texto se consideró el periodo 2000-2020 debido a que en el periodo anterior no hubo participación de mujeres inventoras. Las patentes otorgadas a inventoras(es) residiendo en Chihuahua fueron 395; de éstas, solo 57 tenían participación de al menos una inventora residiendo en el estado de Chihuahua, es decir, la participación fue de 13.5% (Ver ANEXO, Cuadro A). Lo anterior se ilustró en la Gráfica 2 y se observó que la participación de las mujeres en el número de patentes es relativamente baja; en el año 2002 se presentó la participación más alta con un 37.5%.

Gráfica 2. Número de patentes con al menos un(a) inventor(a) residiendo en el estado de Chihuahua y el número de patentes con al menos una inventora residente en el estado de Chihuahua. USPTO, 2000-2020.



Fuente: Elaboración propia

Otro aspecto relevante en el análisis de patentes fue la distribución por tipo de titulares de las 57 patentes en las que participaron al menos una inventora residente en el estado de Chihuahua: 3 patentes fueron individuales (5.3%), 6 patentes pertenecen a organizaciones creadoras de conocimiento (universidades y centros de investigación) (10.5%) y 48 patentes pertenecen a empresas (84.2%). Es evidente que las empresas son las que tienen el mayor porcentaje de documentos lo que muestra que son las empresas las que tienen los recursos para realizar actividades de I+D y materializarlas en la producción y comercialización de bienes y servicios. Por tanto, desarrollan estrategias para proteger su conocimiento o capital intelectual a través de propiedad intelectual.

En el caso del estado de Chihuahua, las subsidiarias de EMN poseen un papel relevante en la producción industrial, por tanto, era de esperarse que sean estas empresas las que patenten más. Es importante mencionar que son las EMN las que tienen la capacidad de generar redes internacionales de conocimiento entre sus subsidiarias. Así, de las 48 patentes pertenecientes de EMN sobresalen Delphi Technologies (15), Zodiac Seats (8), ADC Telecommunications (6), Inteva Products (4), Safran Seats (3), Albaugh (2). También, es relevante destacar la participación de algunas empresas mexicanas como Grupo Cementos

¹⁴ Los documentos de título de propiedad que se consideran en este análisis son patentes y diseños industriales, en adelante indicados como patentes.

de Chihuahua (2), Vitro (1), Mabe (1), y Kautech Technologies-Centro de Investigaciones en Materiales Avanzados (CIMAV) (1) en ese registro (Ver ANEXO, Cuadro B). Esta última patente es un claro ejemplo de la colaboración que prevalece entre las empresas y los centros de investigación en el estado¹⁵, es decir, muestra la importancia de desarrollar capital humano en pro de las empresas y el desarrollo de la región.

Cabe destacar la participación del capital humano de las organizaciones creadoras de conocimiento como las universidades y centros de investigación, pues las 6 patentes que les fueron otorgadas muestran evidencia de las capacidades científicas y tecnológicas que han desarrollado algunos de los docentes-investigadores tanto de la UACJ como del CIMAV. En el Cuadro 3 se puede observar que la UACJ participó en una co-patente con el Laboratorio Sandia ubicado en Texas, Estados Unidos, mientras que el CIMAV obtuvo cuatro y una más fue otorgada al sistema de Universidades de Texas de Estados Unidos. En el caso de los inventores individuales, se hizo una búsqueda del perfil de los inventores en internet y algunos de ellos fueron formados en Chihuahua.

El número de inventoras(es) en cada patente osciló entre 1 y 13 inventores (Ver ANEXO, Cuadro 3). En el caso de las inventoras residiendo en Chihuahua, el número varió entre una y tres por patente. Al analizar la distribución de la residencia de las(os) inventoras(es) se detectó que de las 57 patentes donde participó al menos una inventora residiendo en el estado de Chihuahua, se observó la colaboración de redes de conocimiento debido que las inventoras trabajaron tanto con inventores que residieron en el estado de Chihuahua como en otros lugares de México y el extranjero.

En este sentido se identificaron dos situaciones: una es que solo una patente tiene una inventora mujer, la cual fue otorgada a Delphi Technologies en 2002. El caso de esta empresa ha sido analizado por varios autores, ya que es un caso único en que la subsidiaria de la EMN establecida en Ciudad Juárez, Chihuahua fue designada en 1990 como un centro técnico con actividades de I+D. Es decir, sus actividades involucran la creación de conocimiento que es utilizado y protegido por la EMN para mantener su competitividad a nivel mundial (Carrillo y Hualde, 1996; Carrillo, 2004; Lara, 2001; Melgoza y Álvarez, 2012). Otro punto adicional es que Delphi Technologies es la empresa que más actividad de patentamiento con inventoras(es) mexicanas(os) ha tenido desde 1976 (Flores y Martínez, 2017) así que también es la compañía que más patentes ha obtenido con al menos una mujer inventora residiendo en el estado de Chihuahua. Y pudo constatarse además que hay patentes en las que hay participación de al menos una inventora y que colaboró con inventores residiendo en otro lugar, fuera del estado o del país.

La otra situación reveladora es que en la mayoría de las patentes analizadas hay colaboración entre inventoras e inventores residiendo en el estado de Chihuahua (43/57). Además de la empresa Delphi, que es la que más patenta, pudo apreciarse una variedad de EMN y nacionales reconocidas –como MABE, Vitro y Grupo Cementos de Chihuahua— que han utilizado el conocimiento y habilidades del personal residiendo en Chihuahua, es decir, han aprovechado el capital humano de la región.

¹⁵ Ver el caso de Kautech Technologies: <https://cimav.edu.mx/investigacion/ingenieria-y-quimica-de-materiales/area-de-polimeros/kautech/> Consultado el 27 de julio de 2023.

Comentarios finales

Según Velasco (2008), el capital humano se adquiere principalmente por medio de la educación formal o en el mercado de trabajo. Ese planteamiento implica reconocer que la universidad y las empresas constituyen agentes de gran valor que deben coadyuvar para que las personas acumulen conocimientos, se capaciten, hagan uso de sus habilidades y talentos, de modo que puedan estar más cualificadas.

En el caso de México, la implementación de la llamada Maquila requirió que empresas subsidiarias de EMN instalaran sus operaciones en la región norte del país desde hace casi 60 años para dar pie a la transferencia de tecnología contemplando elevar la calificación de los perfiles laborales. Con el paso de los años, el crecimiento en el número de empresas instaladas en Chihuahua junto con la complejidad de los procesos productivos derivados de la globalización implicó pensar nuevas formas de organización del trabajo donde el cambio generacional en las plantas requirió mano de obra más educada y capacitada, que fuera capaz de adaptarse a esquemas con tecnología automatizada y aumentar su productividad por lo que disponer de títulos y credenciales superiores a nivel técnico o básico era fundamental.

No fue casual que la UACJ en la década 2000 ampliara su oferta educativa donde programas de Ingeniería como Mecatrónica, Biomédica, en Manufactura, Industrial y de Sistemas, iniciaron sus actividades de formación. La oferta se apegó a las carreras STEM de la época por lo que durante la década 2010 se abrieron programas como Enfermería, Biología, Química, Cirujano dentista, Medicina, para fortalecer el área de Ciencias (S) o anteriormente denominado campo de las Ciencias de la salud (Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, 2012). Por ende, la UACJ debe valorar cuántos y cuáles programas requiere abrir o cerrar en sus sedes y cuándo es procedente adaptar su oferta educativa tanto en contenidos como en modalidad.

La acción de conocer el registro de matrículas en la UACJ (cantidad de estudiantes por carrera) tuvo el propósito de corroborar en cuáles disciplinas de STEM, las mujeres han ido ganando terreno y en cuáles están subrepresentadas o incluso en cuál campo su presencia ha disminuido. Al respecto, deben diseñarse estrategias para que las mujeres opten por estudiar carreras no tradicionales, en especial en los campos de Tecnologías (T) e Ingenierías (E), de modo que no tengan que “estar luchando” para contrarrestar estereotipos sociales al optar por ingresar a ambientes de dominio masculino. Aunado a ello, la revisión de las circunstancias del profesorado y personal investigador en el ambiente universitario permitió notar que el personal contratado ha tendido a aumentar con el paso del tiempo, pero las mujeres se han mantenido estables al representar 1/3 parte de los PTC.

Por ello, cobró sentido que la mayoría del personal que contaba con doctorado eran hombres y que el mayor porcentaje de personal investigador en el SNII también fuera mayoría de sexo masculino. Esto se contrapone a la hipótesis que sugirió que, dado que el patrón de distribución de población en el mundo sugiere que las mujeres representan alrededor del 51%, lo procedente es que la población femenina en las universidades debe ser un porcentaje similar. E igual ocurre en el registro de patentes donde se confirmó que la participación de las mujeres como inventoras es menor a la de los hombres. La presencia de las mujeres debe aumentar en la comunidad ya que constituyen un activo muy importante para la ciencia, la academia, la tecnología, la investigación y la innovación. De igual manera, el hecho de que se planteen estrategias para evitar el fenómeno *leaky pipeline* en las distintas

áreas será garantía para avanzar a favor de la equidad de género y contribuir a la erradicación de las desigualdades.

En síntesis, los ejercicios realizados permitieron concentrar en un mismo documento diversas descripciones que a la postre pueden considerarse insumos para otras investigaciones que busquen diseñar propuestas para mejorar la calidad de la educación superior en áreas estratégicas, reducir las desigualdades de género e idear intervenciones para construir capital humano en formatos innovadores y en distintas latitudes cuyos resultados aumenten los niveles de desarrollo y la productividad de los futuros trabajadores(as).

Referencias

- Ampudia Rueda, L., y Flores Amador, J.** (2022) *Discusión y desafíos de Ciudad Juárez, Chihuahua, hacia la construcción de un sistema de innovación regional*. México: Fontamara.
- Asheim, B., Coenen, L., Moodysson, J., y Vang, J.** (2007) Constructing knowledge-based regional advantage: Implications for regional innovation policy. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 7, 140-155.
- Audretsch, D. B., y Feldman, M. P.** (2004) Knowledge spillovers and the geography of innovation. En: Henderson, V. y Thisse, J.F. (eds.), *Handbook of Regional and Urban Economics*, vol. 4, Elsevier.
- Barré, R.** (1996) Relationships between multinational firm's technology strategies and national innovation systems: A model and an empirical analysis. En: OCDE (comp.), *Innovation, Patents and Technological Strategies*. París: OCDE.
- Cantwell, J. y Mudambi, R.** (2003) On the Nature of Knowledge Creation in MNE Subsidiaries: An Empirical Analysis Using Patent Data. What Do We Know About the Innovation? En: A Conference in Honor of Keith Pavitt at SPRU- Celebrada el 13-15 de noviembre de 2003 en el Brighton. (<http://www.sussex.ac.uk/units/spru>).
- Carrillo, J.** (2004) Transnational strategies and regional development: the case of GM and Delphi in Mexico, *Industry and Innovation*, 11(1-2), 127-153.
- Carrillo, J. y Hualde, A.** (1996) Maquiladoras de tercera generación. El caso de Delphi General Motors, *Espacios*, 17(3), 747-757.
- Castillo, B.** (2022) GU. [En línea]
Available at: <https://guiauniversitaria.mx/que-son-las-carreras-stem-y-por-que-son-de-alta-demanda/>
- Cimoli, M., Castillo, M., Porcile, G., y Stumpo, G.** (2017) *Políticas industriales y tecnológicas en América Latina*, Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe-CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/42363>.
- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología** (2011) *Informe General del Estado de la Ciencia y la Tecnología. México 2010*, México: Conacyt.

- De los Santos, S., J. Carrillo, I. Placencia, D. Villavicencio, y Esparza, I.** (2017). *Ecosistemas de innovación en la frontera norte: Chihuahua y Coahuila*, Tijuana: Colegio de la Frontera Norte.
- Dutrénit, G., Capdevielle, M., Corona, J. M., Puchet, M., Santiago, F., y Vera-Cruz, A.** (2010) *El sistema nacional de innovación mexicano: estructuras, políticas, desempeño y desafíos*. Uruguay: Textual.
- Echavarría, A. P.** (2023) 20 minutos. [En línea]
Available at: <https://www.20minutos.es/noticia/5130574/0/profesiones-stem-mas-deseadas/>
- Flores, J. y Martínez, J.** (2017) Flujos de conocimiento al interior de las EMN por parte de inventores mexicano. En Barraza de Anda, P., Martínez Romero, J. y Flores Amador, J., *Flujos transfronterizos, desarrollo regional y movilidad urbana*, Ciudad Juárez: UACJ, 137-154.
- Foray, D. y Lundvall, B. Å.** (2009) The knowledge-based economy: from the economics of knowledge to the learning economy. En: Neef, D., Siesfeld, A. y Cefola, J., *The economic impact of knowledge*. Londres: Routledge, 115-121.
- Gómez, A.** (2018) educalive. [En línea]
Available at: <https://www.educalive.com/blog/>
- Katz, R.L.** (2018) *Capital humano para la transformación digital de América Latina*. Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Lara Rivero, A.** (2001) Convergencia tecnológica y nacimiento de las maquiladoras de tercera generación: el caso Delphi-Juárez, *Región y Sociedad*, 13(21), 47-77.
- Lukach, R. y Plasmans, J.** (2001) Knowledge spillovers in Belgium: evidence from the firm's patent citation behavior. University of Antwerp, Faculty of Applied Economics, Belgium. (<http://ideas.repec.org/s/ant/wpaper.html>)
- Lundvall, B. Å.** (Ed.). (2010) *National systems of innovation: Toward a theory of innovation and interactive learning*, Vol. 2. Londres: Anthem Press.
- Melgoza Ramos, R. y Álvarez Medina, M. de L.** (2012) Aprendizaje y acumulación de capacidades tecnológicas en la manufactura de autopartes en México, *Contaduría y Administración*, 57(3), 147-174.
- Mujeres 360** (2023) Mujeres 360. [En línea]
Available at: <https://mujeres360.org/tecnologia/que-es-una-carrera-stem-y-por-que-estudiarla/>
- Murillo-Villanueva, B.** (2022) Valor agregado y cadenas globales de las exportaciones entre México, Estados Unidos y Canadá. *Problemas del Desarrollo*, 53(210), 39-63. <https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2022.210.69822>
- Nelson, R. R.** (1993) *National innovation systems: a comparative analysis*. Oxford: Oxford University Press.

- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico** OCDE (2011) *Regions and Innovation Policy, OECD Reviews of Regional Innovation*, Paris: OECD Publishing, , <https://doi.org/10.1787/9789264097803-en>.
- Sánchez, I. L., y Moreno-Brid, J.C.** (2016) El reto del crecimiento en México: industrias manufactureras y política industrial. *Revista Finanzas y Política Económica*, 8(2), 271-99. <https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.2016.8.2.4>.
- Universidad Autónoma de Ciudad Juárez** (2012) Informe de actividades 2011-2012. Mtro. Javier Sánchez Carlos, Juárez: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, UACJ.
- Universidad Autónoma de Ciudad Juárez** (2012) Informe de actividades 2011-2012. Mtro. Javier Sánchez Carlos, Juárez: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, UACJ.
- Universidad Autónoma de Ciudad Juárez** (2016) Cuarto informe de actividades 2015-2016. Ricardo Duarte Jáquez, Juárez: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, UACJ.
- Universidad Autónoma de Ciudad Juárez** (2022) 4to informe de actividades 2021-2022. Mtro. Juan Ignacio Camargo Nassar, Juárez: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, UACJ.
- Watson, W. T.** (2020) *Human capital as an asset: an accounting framework to reset the value of talent in the new world of work*. World Economic Forum.
- Women, U. N.** (2014) *World Survey on the role of women in development. Gender Equality and Sustainable Development*. New York: United Nations.

ANEXOCuadro A. Distribución de patentes otorgadas por año con al menos una inventora
residiendo en Chihuahua, USPTO, 2000-2020.

Año	Con al menos un(a) inventor(a) residiendo en Chihuahua	Con al menos una inventora residente de Chihuahua	Porcentaje de participación de PI con al menos una inventora
2000	5	1	20.0
2001	9	2	22.2
2002	16	6	37.5
2003	19	4	21.1
2004	22	1	4.5
2005	25	3	12.0
2006	22	1	4.5
2007	15	2	13.3
2008	18	1	5.6
2009	9	0	0.0
2010	21	3	14.3
2011	11	0	0.0
2012	16	4	25.0
2013	25	6	24.0
2014	23	6	26.1
2015	20	3	15.0
2016	23	1	4.3
2017	22	1	4.5
2018	20	1	5.0
2019	25	4	16.0
2020	29	7	24.1
Total	395	57	13.5

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro B. Distribución de residencia de inventoras(es) de patentes con al menos una inventora residiendo en Chihuahua, USPTO, 2000-2020

No.	Año	Titular de la patente	Número total de inventores	Mujeres (Hombres) Chihuahua	Mujeres (Hombres) Otra residencia
1	2020	Delphi Technologies	4	1 (3)	
2	2020	Safran Seats	2	1 (1)	
3	2020	National Technology & Engineering Solutions of Sandia, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez	7	2 (3)	1 (1)
4	2020	Safran Seats	7	1 (5)	0 (1)
5	2020	Vitro Vidrio y Cristal	9	1 (3)	3 (2)
6	2020	Ademco	4	1(0)	0 (3)
7	2020	Safran Seats	6	1 (2)	0 (3)
8	2019	Inteva Products	5	1 (2)	0 (2)
9	2019	Aptiv Technologies Limited	3	1 (1)	0 (1)
10	2019	Inteva Products	2	1 (1)	
11	2019	Zodiac Seats	3	1 (1)	0 (1)
12	2018	MABE	8	1 (3)	1 (3)
13	2017	Kautec Technologies, CIMAV	7	3 (4)	
14	2016	Air Cruisers Company	13	3 (4)	3 (3)
15	2015	CIMAV	4	1 (3)	
16	2015	Delphi Technologies, Inc	3	1 (3)	
17	2015	Zodiac Seats	5	3 (2)	
18	2014	Inteva Products	3	1 (2)	
19	2014	CIMAV	4	1 (3)	
20	2014	Zodiac Seals	5	2 (2)	0 (1)
21	2014	Board of Regents, The University of Texas System	4	1 (0)	0 (3)
22	2014	Patente individual	4	1 (0)	0 (3)
23	2014	Patente individual	4	1 (0)	0 (3)
24	2013	Zodiac Seats	5	2 (2)	0 (1)
25	2013	Zodiac Seats	5	3 (2)	
26	2013	Zodiac Seats	5	3 (2)	
27	2013	Zodiac Seats	5	3 (2)	
28	2013	Zodiac Seats	5	3 (2)	
29	2013	Patente individual	4	1 (0)	0 (3)
30	2012	CIMAV	4	3 (1)	
31	2012	Albaugh	4	1 (2)	0 (1)
32	2012	Albaugh	4	1 (2)	0 (1)
33	2012	CIMAV	4	1 (3)	
34	2010	Grupo Cementos de Chihuahua	4	1 (2)	0 (1)

35	2010	Delphi Technologies	7	1 (3)	0 (3)
36	2010	ADC Telecommunications	6	1 (4)	0 (1)
37	2008	ADC Telecommunications	6	1 (4)	0 (1)
38	2007	ADC Telecommunications	6	1 (4)	0 (1)
39	2007	Grupo Cementos de Chihuahua	4	1 (2)	0 (1)
40	2006	ADC Telecommunications	6	1 (4)	0 (1)
41	2005	Delphi Technologies	2	1 (1)	
42	2005	Delphi Technologies	2	1 (1)	
43	2005	ADC Telecommunications	6	1 (4)	0 (1)
44	2004	Delphi Technologies	2	1 (1)	
45	2003	Delphi Technologies	5	1 (2)	0 (2)
46	2003	Delphi Technologies	3	1 (0)	0 (2)
47	2003	Delphi Technologies	2	1 (0)	0 (1)
48	2003	Delphi Technologies	4	1 (1)	0 (2)
49	2002	Delphi Technologies	1	1 (0)	
50	2002	ADC Telecommunications	6	1 (4)	0 (1)
51	2002	Delphi Technologies, Inc.	2	1 (0)	0 (1)
52	2002	Delphi Technologies, Inc.	3	1 (0)	0 (2)
53	2002	Delphi Technologies, Inc.	4	1 (0)	0 (3)
54	2002	Delphi Technologies, Inc.	2	1 (0)	0 (1)
55	2001	TRW Vehicle Safety Systems	3	1 (2)	
56	2001	Delphi Technologies	2	1 (0)	0 (1)
57	2000	Avery Dennison Corporation	3	1 (0)	0 (2)

Nota: CIMAV es el Centro de Investigación en Materiales Avanzados.

Fuente: Elaboración propia

Estado de la economía del dato en América Latina

Araceli Olivia Mejía Chávez¹

José Luis Solleiro Rebolledo²

Eduardo Ulises Galicia Galicia³

Resumen

En la actual era de la información, también llamada era digital, la economía del dato se ha hecho cada vez más presente, pues se ha adquirido conciencia de la importancia y el valor de los datos, principalmente en países desarrollados. Los datos son considerados el insumo básico para el crecimiento de las economías, el desarrollo de ventajas competitivas, la generación de nuevos modelos de negocio (UNCTAD, 2021), la creación de innovaciones, la generación de empleo y el desarrollo de la sociedad, así como para el funcionamiento de nuevas tecnologías.

El tratamiento de los datos, desde su recopilación, almacenamiento, procesamiento, análisis y difusión, sirve para generar conocimiento útil para ayudar a las organizaciones a tomar las mejores decisiones, independientemente del sector. Tecnologías como big data, inteligencia artificial (IA), internet de las cosas (IoT), blockchain, cloud computing y robótica, entre otras, derivan y se alimentan de un gran volumen y uso de los datos y, a su vez, son herramientas tecnológicas que contribuyen en la captación y análisis de los datos con distintos fines, apoyadas en una gama de lenguajes de programación y recursos humanos especializados (Ontiveros y Sabater, 2017). De esta manera, el aprovechamiento de los datos y su adecuada gestión permiten desarrollar diversas soluciones en temas de distinta índole.

Actualmente, son las grandes economías las que lideran y aprovechan la economía del dato. Estados Unidos, Reino Unido, China, Suiza y Corea, encabezan la lista de los principales países productores de datos (Chakravorti et al., 2019).

En América Latina, el aprovechamiento de la economía del dato es un tema incipiente, pues la importancia y la gestión de los datos no está presente más que en las grandes empresas y las multinacionales, así como en algunas iniciativas de gobierno en pocos países. Esto abre una ventana de oportunidad a la región, donde países como Uruguay, Colombia y El Salvador están comenzando a realizar importantes esfuerzos por impulsar el aprovechamiento de la economía del dato, principalmente en pequeñas y medianas empresas (PYME).

Sin embargo, las PYME en América Latina no tienen entre sus prioridades la digitalización, y menos el tema de los datos. Las empresas están más enfocadas en atender aspectos relacionados con mejorar o incrementar las áreas de ventas, facturación, marketing, procesos, productividad, etc. En este contexto, el objetivo de esta investigación es analizar la importancia de la economía del dato en América Latina, desde el análisis de los casos de

¹ Maestra en el Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM, olivia@iiec.unam.mx

² Investigador en el Instituto de Ciencias Aplicadas y Tecnología de la UNAM solleiro@unam.mx

³ Maestrante en el Posgrado de Economía de la UNAM, m1galicia.eduardo@gmail.com

Uruguay, Colombia y El Salvador, y en función de ello, realizar recomendaciones de política pública que promuevan su desarrollo.

Se concluye que la economía del dato en América Latina es un tema nuevo, para el cual, se requiere una gobernanza comprometida con el conocimiento necesario y con visión de la importancia y potencial del tema, conocer las necesidades de las organizaciones, contar con recursos financieros, infraestructura, recursos humanos y capacitación de acuerdo con los intereses de las PYME.

Conceptos clave: Economía del dato, América Latina, Digitalización, PYME.

Introducción

Actualmente, los datos están tomando cada vez mayor relevancia a nivel mundial por ser un activo intangible que contribuye a generar valor agregado y ventajas competitivas en las organizaciones. Son las grandes empresas y multinacionales las que mejor han concebido y aprovechado el valor de los datos mediante una gestión estratégica estructurada en la búsqueda, identificación, almacenamiento, codificación y análisis.

La utilidad de la gestión estratégica de los datos sirve para que las organizaciones de distinta índole tomen decisiones mejor informadas y puedan enfrentar con mayor conocimiento y herramientas su entorno cada vez más cambiante. Para lograrlo, las empresas aprovechan el potencial de gestión y análisis de los datos incluidos en las propias herramientas digitales: software de diseño y administración de bases de datos (como SQL o Oracle DBMS) y los sistemas de información (SI) en la nube (HubSpot o Power BI).

Si bien parece contradictorio, en la Economía del Dato, los datos han pasado desapercibidos. Se calcula que solo el 1% de los datos disponibles en el mundo se analiza y que alrededor del 10% de las bases de datos oficiales está en formato abierto. Sin embargo, la economía digital enmarcada en la cuarta revolución industrial es la oportunidad perfecta para que los gobiernos, empresas y organizaciones, entre otros actores, comiencen a utilizar los datos e información para hacerlos más eficientes y competitivos en su gestión (Santiso, 2018).

La gestión estratégica de los datos, combinada con las tecnologías digitales, permite realizar una gran cantidad de procesos y actividades en menor tiempo, con mayor precisión y eficiencia en todos los sectores.

Aunque son las grandes empresas y multinacionales las que han aprovechado el valor de los datos, las PYME alrededor del mundo han comenzado a asimilar los datos para mejorar sus procesos de producción y organización interna, y alcanzar una mejor posición en los mercados a través de innovaciones en productos y servicios. Para ello, el uso de la tecnología digital es fundamental.

En América Latina y el Caribe (ALyC), el desarrollo, acceso, disponibilidad y eficiencia de las TIC, así como las competencias digitales entre la población siguen siendo un reto y, en consecuencia, la Economía del Dato representa un mayor desafío por ser un tema nuevo en la región. En este marco, el objetivo de esta investigación es analizar la importancia de la economía del dato en América Latina, desde el análisis de los casos de Uruguay, Colombia y

El Salvador, y en función de ello, realizar recomendaciones de política pública que promuevan su desarrollo.

La estructura de este trabajo parte de la definición e importancia de la Economía del Dato, así como del análisis, aprovechamiento y gestión estratégica de los datos. Posteriormente, se aborda la metodología empleada con base en el estudio de gabinete y entrevistas a expertos en Economía del Dato de los tres países seleccionados. Más adelante, se muestra el análisis de las TIC y su articulación con los datos en ALyC, y en particular, en Colombia, El Salvador y Uruguay. Asimismo, se exponen los resultados derivados del estudio, clasificados en seis rubros: infraestructura, necesidades, oportunidades, retos, vinculación academia-industria, y política pública y normativa para el desarrollo de la Economía del Dato. Finalmente, se exponen las conclusiones y recomendaciones.

Definición e importancia de la economía del dato

El siglo XXI se ha caracterizado por el avance vertiginoso de las innovaciones tecnológicas desarrolladas a partir de los datos - el internet de las cosas, la inteligencia artificial, blockchain, big data, robótica, impresión 3D, entre otras-, cuya capacidad también es procesar, analizar y comunicar datos e información.

La economía del dato se refiere al desarrollo de actividades, acciones, proyectos y estrategias enfocadas en el aprovechamiento de los datos, a través de la exploración y explotación de las bases de datos existentes, esto permite identificar y analizar oportunidades para producir nuevos bienes y servicios, así como nuevos modelos de negocio (Ontiveros y López, 2017; Carrière-Swallow y Haksar, 2019; ICC, 2023). La economía del dato “sitúa a los datos y a las herramientas diseñadas para su tratamiento y gestión como uno de los principales insumos productivos de la economía, esenciales en el proceso estratégico de toma de decisiones.” (Vázquez, 2020: 7).

Los datos están creciendo a un ritmo exponencial, se estima que para 2025 tendrán una tasa de crecimiento anual del 42% en el sector empresarial, a raíz de esto, el objetivo de algunas organizaciones es identificar nuevas oportunidades a través del aprovechamiento de los datos con el uso eficiente de herramientas tecnológicas para la gestión y análisis de los datos (MIT, 2021).

Para la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés), los datos se clasifican en: 1) Datos facilitados voluntariamente: información que suele entregarse al aceptar los términos y condiciones de uso de algún software o de una plataforma digital, o información asociada a transacciones comerciales; y 2) Datos observados, o brutos: información obtenida mediante software con o sin el consentimiento del usuario (ubicación, preferencias, patrón de uso de internet, etc.) que requieren de un análisis para su monetización (UNCTAD, 2021).

Estos datos se almacenan y transmiten por medio de infraestructuras físicas, entre las que destacan las redes de conexión inalámbricas como la 5G, cables submarinos⁴ y la banda

⁴ “Se estima que alrededor del 99% del tráfico internacional de datos se realiza por cables submarinos [los cuales] pueden transmitir muchos más datos a un costo menor [en comparación con los satélites]” (UNCTAD, 2021: 39).

ancha rápida por satélite (UNCTAD, 2021). Las actividades de recolección, organización, almacenamiento y procesamiento de datos suelen agruparse bajo el término de Big Data (Puyol, 2014), y necesitan de recursos humanos formados en disciplinas relacionadas con la programación y la ciencia de datos, así como de diferentes tecnologías digitales relacionadas con software de gestión de bases de datos e inteligencia artificial para su procesamiento.

El procesamiento de datos brutos genera productos de datos y su intercambio constituye mercados de datos⁵ (marketplaces de datos) que funcionan como una plataforma multilateral (multi-sided platform) en la que se compran bases de datos de diversas fuentes que están generalmente almacenadas en la nube. Un intermediario digital (market maker) conecta a proveedores de datos con compradores de datos y otros proveedores de tecnologías complementarias para su preparación, administración y anonimización (Da Silva y Núñez, 2021). Sin embargo, cabe destacar que el valor de los datos, una vez procesados, es contextual, por lo que “no existen mercados de datos brutos debidamente desarrollados y formalizados, lo que implica que estos datos no se pueden comprar ni vender directamente, y no existe una demanda y una oferta adecuadas” (UNCTAD, 2021: 77).

Los datos “son un recurso esencial para el crecimiento económico” (UNE, 2022: 4) en tanto que son un insumo fundamental para fomentar y mejorar la competitividad. Para la UNCTAD (2021), los datos tienen relevancia económica debido al impacto que tienen sobre el desarrollo de ventajas competitivas, y la generación de nuevos modelos de negocio.

Los datos son el insumo de los algoritmos de la IA cuyos cálculos sirven para el funcionamiento de aplicaciones (Banco Mundial, 2021).

Una adecuada gestión del dato favorece la identificación de oportunidades en diversos sectores y actividades. La generación de valor relacionada con la gestión de datos se ubica en seis áreas clave de una empresa (ICC, 2023): i) Identificar problemas de experiencia del cliente, pues las quejas, comentarios y sugerencias de los clientes permiten emprender los cambios correspondientes en los procesos de fabricación; ii) Mejorar productos y servicios con base en el análisis de la demanda (gustos, preferencias y expectativas de los clientes); iii) Desarrollar nuevos servicios innovadores, donde el seguimiento continuo de la información comercial (valor de pedidos, volumen de ventas, tendencias de compra en nuevos mercados, etc.) puede ayudar a diversificar la oferta de la empresa, identificando nuevas oportunidades de negocio; iv) Monetizar datos, área muy relacionada con los mercados de datos; v) Recopilar datos internos para identificar y corregir posibles problemas en los procesos internos, o los recursos exactos que se necesitan (empleados, máquinas, instrumentos, insumos, etc.) para el cumplimiento de determinadas tareas, ya que el análisis de la información interna puede ayudar a identificar brechas de desempeño, mejorar la productividad, la planificación estratégica y la optimización de costos; y vi) Publicidad y ventas más dirigidas y eficientes para adaptar la oferta a los gustos y preferencias del consumidor.

5 Para Estados Unidos, por ejemplo, el valor del mercado de datos ha experimentado un crecimiento sostenido de casi 130 millones de euros en 2016 a poco más de 200 millones para 2020 (UNCTAD, 2021).

Gestión estratégica de datos

Para que una empresa pueda aprovechar el valor potencial de los datos debe contar con una gestión estratégica de datos, la cual comprende “actividades de definición, creación, almacenamiento, mantenimiento y acceso a los datos” (UNE, 2022: 12). La gestión estratégica de datos se compone de las siguientes fases (ICC, 2023):

1. Definir la estructura de los datos, los atributos a considerar en los registros, las entradas legítimas, y los procedimientos para capturar y verificar los datos. En este sentido, los datos deben ser precisos (exactos, libres de errores y confiables), completos (deben representar lo que se necesita saber), relevantes (ajustarse al propósito previsto), oportunos (deben capturarse en el momento adecuado y mantenerse actualizados), y accesibles (deben capturarse en formatos de fácil, aunque seguro, acceso). Para esto, el sistema de archivo a utilizar debe contemplar una información descriptiva sobre los datos de la empresa, el contenido, la estructura y los permisos de acceso a los datos.
2. Implementar prácticas adecuadas a la gestión del ciclo de vida de los datos, es decir, prácticas que permitan intervenir en la evolución de los datos desde su creación, almacenamiento, procesamiento y aplicación, hasta su obsolescencia y eliminación. De cualquier manera, los datos se deben almacenar en un entorno estable que se asegure su integridad, seguridad y protección. Para ello, es recomendable considerar algunos criterios para la conservación de los datos: que estén asociados con el cumplimiento de obligaciones reglamentarias o compromisos, que sean relativos a socios comerciales, clientes y proveedores, que sean necesarios para las operaciones comerciales diarias, que se puedan aprovechar, con base en las leyes vigentes de protección de datos, para la creación de nuevas fuentes de ingreso.
3. Propiciar un cambio cultural al interior de la empresa con el que se reconozca el valor de los datos. La organización debe aspirar a consolidar los activos de datos en un solo repositorio y minimizar las barreras de acceso siempre que sea posible de acuerdo a las normas de protección de datos. Este cambio cultural implica inversiones en talento y herramienta tecnológico que se adapten a sus necesidades.
 - Algunas tecnologías necesarias son: a) software de administración de datos en la nube, que lo hace a través de plataformas en la nube, en combinación o en sustitución del almacenamiento local; b) herramientas de integración de datos como ETL (Extracción/Transformación/Carga) o ELT (Extracción/Carga/Transformación), que combinan datos de múltiples fuentes en un único repositorio de datos coherente; c) herramientas de transformación de datos, que convierten los datos al formato requerido de un sistema de destino; d) herramientas de gestión de datos maestros, que ayudan a garantizar datos precisos y actualizados; y e) software de análisis y visualización de datos, que ayudan a extraer información útil de sus activos de datos.
 - Algunos perfiles de personal necesarios para una gestión estratégica de datos son: a) analistas de datos y científicos especializados en analizar conjuntos de datos para avanzar en los objetivos comerciales; b) ingenieros de datos, que se aseguran de que los datos se recopilen, gestionen y estén disponibles dentro de la organización; c) administradores de plataformas de datos, que administran la infraestructura de datos, implementan políticas de seguridad y control de acceso para la organización; y d)

funcionarios de cumplimiento de datos, que se aseguran de que los datos se recopilen y utilicen de acuerdo con los requisitos reglamentarios locales.

4. Garantizar la privacidad y seguridad de los datos: en este último punto se deben establecer disposiciones para garantizar que los datos no estén sujetos a accesos no autorizados por parte de actores malintencionados. Los datos confidenciales deben protegerse, lo cual se traduce en que las empresas deben identificar y clasificar sistemáticamente su información confidencial, monitorear su acceso, implementar la autenticación de múltiples actores para acceder a esos datos confidenciales y utilizar sistemas de seguridad de punto final (como firewalls, antispyware o software antivirus). También se debe garantizar que las contraseñas sean seguras, evitar acceder a redes no seguras, garantizar que los dispositivos sean físicamente seguros y cumplir sistemáticamente con las reglas de la empresa claramente documentadas. Es fundamental que los empleados estén actualizados en los nuevos protocolos y normas de la empresa. Respecto a la privacidad, los datos deben protegerse de acuerdo al marco legal y normativo del país. La Ley de Privacidad de Datos sólo protege los datos personales (nombre, dirección, lo que sea que permita la identificación de una persona), mientras que los datos que no son personales están sujetos a regímenes menos protectores, lo que significa que, en principio, se pueden compartir más fácilmente. Al compartir ciertos datos, las empresas deben asegurarse de cumplir con todos los requisitos de estos regímenes de protección, como tener el consentimiento de terceros. Las empresas también tienen que cumplir con los derechos de terceros bajo los regímenes de Propiedad Intelectual nacionales y/o regionales.

Internacionalmente, existe el reto de garantizar la protección de los datos en un ambiente público y privado, por ejemplo, la Unión Europea a través de la Estrategia Europea de Datos, promueve un mercado digital de datos y la garantía de protección de los datos apoyados en el desarrollo de tecnologías (Cardona, 2022).

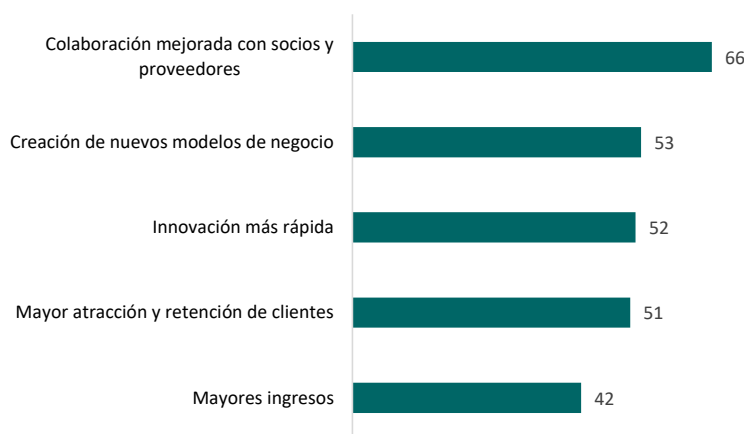
Aprovechamiento de la economía del dato

De acuerdo con el informe *Capitalizing on the data economy* publicada por el MIT Technology Review Insights (2021), de una encuesta de 255 actores empresariales y tomadores de decisiones, el 45% de los encuestados utilizan datos sólo para obtener información básica y tomar decisiones, esto implica una pérdida de oportunidades, dado que no aprovechan el valor de los datos para explotar todo su potencial.

Pese a lo anterior, el 35% de los encuestados comienzan a intercambiar datos con sus socios para mejorar sus transacciones comerciales. “Los intercambios comerciales de datos y los mercados proporcionan a múltiples partes interesadas una plataforma segura y confiable para recopilar y compartir información en tiempo real.”

Continuando con esta fuente, la mayoría de los encuestados señala que el uso de los datos puede ayudar a tomar mejores decisiones, también esperan conocer mejor a sus clientes y ofrecer productos mejorados (gráfica 1).

Gráfica 1. Beneficios de la economía de los datos
(Porcentaje)



Fuente: MIT, 2021.

Adicionalmente a los puntos señalados en la gráfica 1, con el análisis y aprovechamiento de los datos, las organizaciones tienen la capacidad de conocer información valiosa para incursionar en mercados no considerados con anterioridad, identificar las tendencias tecnológicas y de mercado y el comportamiento del consumidor, mejorar la calidad de la producción, innovar productos y servicios, establecer colaboraciones con proveedores y clientes, y solucionar problemas específicos.

Las TIC están directamente relacionadas con la economía del dato, ya que estas tecnologías requieren de datos y también son capaces de obtener, procesar y analizarlos.

Entre las principales tecnologías relacionadas con la economía del dato destacan, de acuerdo con Da Silva y Núñez (2021) y la UNCTAD:

1. El Internet de las Cosas (Internet of Things, IoT), que comprende el desarrollo de múltiples sensores capaces de recopilar casi cualquier tipo de información (temperatura, registros acústicos, luz, etc.) en tiempo real, se pueden acoplar a diversos dispositivos electrónicos y tienen la capacidad de conectarse a internet.
2. La computación en la nube (Cloud Computing), como servicio en línea de software, de cómputo o almacenamiento (Pérez, Solana y Trigueros, 2018).
3. Las plataformas digitales, las cuales facilitan la interacción de una múltiple cantidad de usuarios, y cuyo uso supone una generación masiva de datos.

Además, la inteligencia artificial es una herramienta con un gran potencial, al igual que la tecnología blockchain y el big data; todas ellas relacionadas con la ciencia de datos (UCAM, 2022).

El aprovechamiento del valor de los datos se puede lograr mediante la constitución de un Sistema de Información (SI), el cual se puede definir como un “conjunto de datos vinculados entre sí para la obtención de objetivos empresariales, [el cual] se maneja como un software [donde se agregan] todos los procesos y operaciones para que los colaboradores y

tomadores de decisiones tengan un panorama integral de lo que sucede en tiempo real” (Pursell, 2023b). Entre las principales funciones de un SI destacan:

- Gestionar y administrar los datos y la información de una empresa.
- Automatizar procesos internos sin la necesidad de intermediarios.
- Unificar la información de la empresa a través de almacenes estandarizados para facilitar su uso y comprensión.
- Brindar información actualizada en tiempo real, disponible para todos los colaboradores o para los encargados de la toma de decisiones.
- Optimizar los tiempos de ejecución al automatizar actividades, lo cual tiene un impacto positivo sobre la productividad.

En el análisis de la economía del dato una parte indispensable es la tecnología digital. En América Latina, la adopción de tecnologías digitales por parte de las pequeñas y medianas empresas (PYME) es bajo (Kraiselburd et al., 2020), por lo que se afirma que el aprovechamiento de la economía del dato también lo es.

La falta de recursos necesarios (infraestructura, equipo, recursos tecnológicos, humanos y económicos) en las PYME resulta una limitante en el desempeño de sus actividades. A menudo requieren orientación específica sobre cómo administrar y aprovechar los datos para convertirse en organizaciones verdaderamente basadas en datos (data-driven) y aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento.

Metodología

La presente investigación se sustenta en una investigación híbrida, con trabajo de gabinete y fuentes primarias, pues su análisis se sostiene en la revisión documental en literatura especializada en la materia en fuentes electrónicas, bases de datos, informes, estudios y fuentes oficiales, así como en una investigación directa mediante la aplicación de una entrevista semi-estructurada a profundidad a 36 actores clave de los sectores empresa, academia y gobierno, todos ellos especialistas en economía del dato de tres países seleccionados en el marco del proyecto sobre Economía del Dato en América Latina auspiciado por el Banco Interamericano de Desarrollo: Colombia (11 entrevistas), El Salvador (12) y Uruguay (13) (Cuadro 1).

El objetivo de la entrevista fue identificar las competencias, retos y oportunidades que los expertos distinguen sobre el aprovechamiento de la economía del dato entre las PYME de los países seleccionados.

Las entrevistas se realizaron por medio de la plataforma Zoom, entre los meses de mayo y junio de 2023⁶.

6 Las entrevistas se llevaron a cabo en el marco del proyecto “Apoyo al desarrollo de capacidades de negocios pyme para la explotación productiva y segura del dato en el marco del proyecto economía del dato justa e inclusiva en ALC”, financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Cuadro 1. Lista de expertos entrevistados

Nombre	Cargo	Sector	Fecha (dd/mm/aaaa)	Duración (minutos)
Colombia				
Gustavo Sandoval	Coordinador del Clúster Macrosnacks y Proteína Blanca	Gobierno	13/06/2023	56
Laura Giraldo	Coordinadora del Clúster Sistema Moda y Experiencias	Gobierno	14/06/2023	49
Jairo Muñoz	Coordinador del Clúster Excelencia Clínica y Economía Digital	Gobierno	20/06/2023	53
Carlos Londoño	Gestor de Transformación Digital de Ruta N	Gobierno	26/06/2023	49
Andrés Hurtado	Consultor de Industria 4.0 y docente académico	Sociedad civil (academia/empresa)	28/06/2023	53
Henry Rey	Director del Centro de Innovación y Desarrollo para la Transformación Digital (CIDTI)	Sociedad civil (academia)	28/06/2023	45
David Ossa	Director de relaciones comerciales de ITSE S.A.S.	Empresa	28/06/2023	58
Iván Castrillón	Cofundador y gerente de La Huerta Hotel	Empresa	30/06/2023	40
Carlos Gómez	Consultor metodológico de Wirk Consulting S.A.S.	Empresa	05/07/2023	41
Jorge Guzmán	Representante de Huevos Santa Anita	Empresa	07/07/2023	33
Johanna Escobar	Directora de mercadeo y ventas del Instituto para Niños Ciegos y Sordos	Gobierno	07/07/2023	47
El Salvador				
Mario Salinas	Gerente de competitividad del Ministerio de Economía	Gobierno	20/06/2023	60
Víctor López	Coordinador de la Unidad de Desarrollo e Innovación de la Universidad Gerardo Barrios (UGB)	Academia	20/06/2023	48
Samuel Salazar	Director del Programa de Innovación (PROINNOVA) de la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES)	Sociedad civil (academia/gobierno/empresa)	20/06/2023	59
Abigail Medina	Coordinadora de Relaciones Interinstitucionales y de Cooperación del Centro Regional de Promoción de la MIPYME (CENPROMYPE)	Gobierno	21/06/2023	60
Erick Chacón	Presidente de la Asociación Salvadoreña de Tecnología Financiera (ASAFINTECH)	Asociación gremial de empresas (empresa)	21/06/2023	60
Yesenia Salas	Directora de Asuntos Técnicos de la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (CAMARASAL)	Asociación de empresas (empresa)	26/06/2023	60
Fátima Belloso	Jefa de Programas Empresariales de CAMARASAL			
Virgilio Reyes	Consultor experto en planificación estratégica, Business Intelligence y Transformación Digital	Sociedad civil (academia/gobierno/empresa)	27/06/2023	47
Alejandro Quintanilla	Fundador y CEO de la Fintech TEIP	Empresa	30/06/2023	56
Ana Amaya	Encargada de la coordinación general de la Cámara Salvadoreña de Tecnologías de la Información y la Comunicación (CASATIC)	Asociación gremial de empresas (empresa)	30/06/2023	52

José Roberto	Cofundador de Impact Hub	Empresa	04/07/2023	49
Gabriela Torres	Fundadora de la empresa de desarrollo de software “Tecnologías Informáticas Roots”	Empresa	06/07/2023	52
Uruguay				
Ignacio Boschi	Coordinador del programa de innovación en Logística en la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII)	Gobierno	14/06/2023	48
Mariana Cantera	Presidente de la Cámara Uruguaya de Turismo y Presidente de la Federación Sudamericana de Turismo.	Empresa	15/06/2023	41
Martín Naor	Fundador de la empresa Bankingly	Empresa	15/06/2023	58
Martín Tanco	Decano de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Montevideo	Academia	21/06/2023	53
Virginia Pardo	Directora del Área Sociedad de la Información de la Agencia de Gobierno Electrónico y Sociedad de la información de Uruguay (AGESIC).	Gobierno	23/06/2023	54
Ximena Alemán	Cofundadora y CEO de Prometeo	Empresa	26/06/2023	45
Maia Brenner	CEO y Cofundadora de Flipando AI	Empresa	28/06/2023	37
Ivanna Rocha	Gerenta en la Cámara de la Economía Digital del Uruguay	Empresa	04/07/2023	40
Natalia Castro	Coordinadora de la Maestría en Ciencia de Datos de la UTEC (Universidad Tecnológica)	Academia	05/07/2023	36
Eduardo Mangarelli	Decano de la Facultad de Ingeniería de la ORT. Presidente del Directorio de Endeavor Uruguay.	Academia	07/07/2023	37
Pablo Ezzati	Decano de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de la República	Academia	15/07/2023	48
Adriana Marotta	Docente del Instituto de Computación (Grupo de bases de datos y Datos en General)			
Julietta López	Directora Ejecutiva en la Fundación Julio Ricaldoni			

Fuente: elaboración propia.

El análisis de las entrevistas se efectuó mediante el método con actores (stakeholder análisis⁷), el cual se define como un “conjunto de pasos dirigidos a la identificación de los stakeholders que deben ser tenidos en cuenta durante el diseño e implementación de un proyecto, política o programa, y a la comprensión y evaluación de sus intereses, necesidades y expectativas con respecto al proyecto, así como el modo en que influyen y se verían afectados por éste” (Ortiz, 2015: 3).

La selección de los expertos se realizó por consenso entre los representantes del BID y los socios de ejecución en cada país (Colombia, El Salvador y Uruguay), con base en la influencia que han tenido a lo largo de su trayectoria académica y profesional en el desarrollo institucional, educativo, social, empresarial, económico y político, así como por su colaboración y relación con los tomadores de decisiones en el tema.

7 Se entiende por stakeholder a “personas, grupos, organizaciones o instituciones con un interés en el programa, proyecto o política en cuestión, que pueden afectar o verse afectados por dicha iniciativa, que controlan o influyen sobre recursos, instrumentos de gestión o decisión relevantes para el desarrollo del proyecto, o que cuentan con información o experiencia necesaria o útil (Ortiz 2015: 2).

Resultados

La transformación tecnológica en países de América Latina ha sido más lenta en comparación con países de otras regiones. En la economía del dato, una infraestructura de TI sin problemas de conectividad y latencia, accesible, económica y segura, facilita el cumplimiento de los objetivos de las organizaciones y brinda la posibilidad de generar ventajas competitivas.

Una eficiente infraestructura tecnológica mejora la capacidad de respuesta de las organizaciones y personas, alberga mayor volumen de datos, facilita el análisis de datos y difusión de la información, mejora las comunicaciones y conexiones remotas, tiene la capacidad de compartir información desde cualquier dispositivo y lugar, facilita la planeación y gestión de recursos, reduce el riesgo de pérdida y duplicación de información e incrementa los ingresos y utilidades, etc. (Banco Mundial, 2021; IBM, s.f.), esto implica contar con una política integral cuyas prioridades sean la inversión, la articulación efectiva del ecosistema de la economía del dato y hacedores de política con las competencias y el saber necesario en el tema.

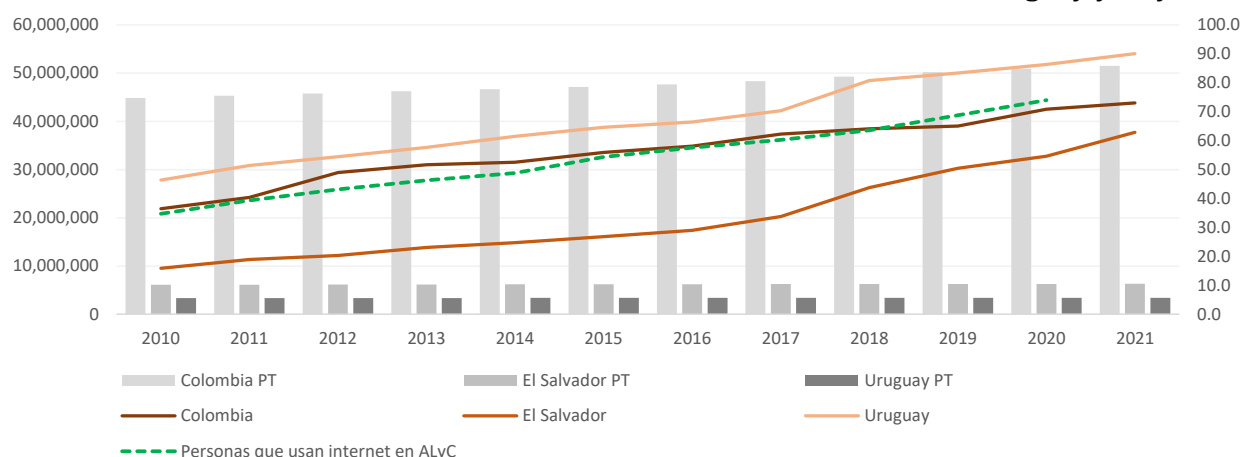
En América Latina, si bien la pandemia por el Covid-19 aceleró la transformación digital en algunos países, aún se está lejos de alcanzar el nivel necesario para aprovechar la economía del dato, pues es un tema que apenas comienza a tratarse en la región.

El Banco Mundial afirma que, aun cuando la región tiene una conexión sin precedente, alrededor de 200 millones de personas no cuentan con acceso a infraestructura digital básica, esto hace que se mantenga una importante brecha digital en los países. En este mismo orden de ideas, la mala calidad y los altos costos de los servicios afecta la competitividad de las empresas, entidades, organismos, etc. (Celis y Pereira, 2021). La acelerada transición a la tecnología digital también evidenció la brecha en el acceso a los servicios de telecomunicaciones, tecnológicos y la falta de competencias para su uso (Banco Mundial, 2022).

En la última década, las personas con acceso a internet en América Latina presentaron una trayectoria mayormente creciente. Los países con la participación más alta de este indicador son Antigua y Barbuda (95.7%), Bahamas (94.3%), Chile (90.2%), Uruguay (90.1%), Argentina (87.2%), Barbados (85.8%) y República Dominicana (85.2%), superando el promedio de la región (68.7%).

En el caso de los países del estudio, Uruguay -como vemos- es de los países con el índice más alto, le sigue Colombia (73%) y El Salvador (62.9%). Entre 2010 y 2021, estos tres países han aumentado la participación de la población conectada a internet, Colombia pasó de 36.5% en 2010 a 65% en 2019 y 73% en 2021. El Salvador siempre ha estado por debajo del promedio de la región, transitó del 15.9%, 50.5% y 62.9%, respectivamente. Y Uruguay con una tasa de participación mayor, pasó de 46.4% en 2010 a 83.4% en 2019 y hasta 90.1% en 2021 (Gráfica 2). La explicación del comportamiento de Colombia y El Salvador es la falta de infraestructura, la mala calidad del servicio y los altos costos (ITU, 2023).

Gráfica 2. Personas con acceso a internet en Colombia, El Salvador, Uruguay y ALyC



PT: población total.

Fuente: ITU, 2023.

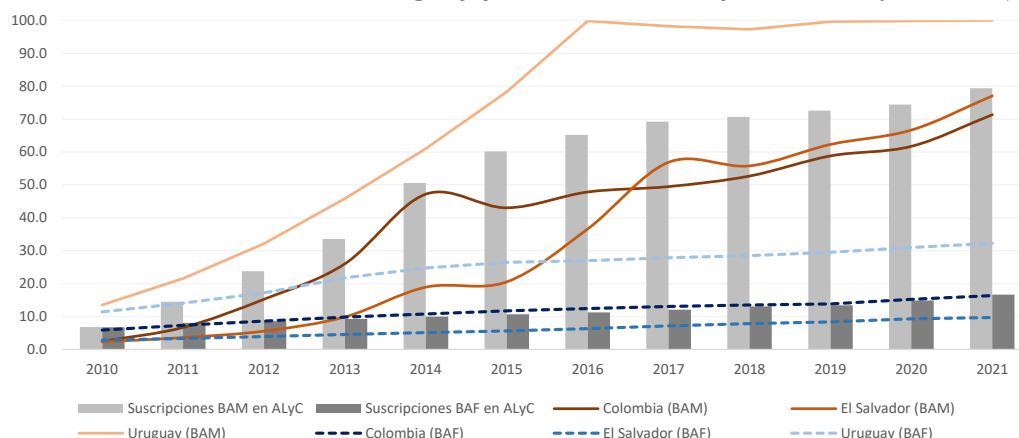
Siguiendo con el tema de la transformación digital, el Índice de Competitividad Global 2019 (GCI, por sus siglas en inglés) elaborado por el Foro Económico Mundial⁸ (WEF, por sus siglas en inglés) (Schwab, 2019), posicionó a Colombia en el lugar 57 de 141 países. El pilar adopción de TIC se colocó en el lugar 87 con un puntaje de 49.9/100; y el rubro usuarios de internet se ubicó en el lugar 80 con 62.3 puntos. En cuanto a El Salvador, se situó en el lugar 103 en el GCI. El pilar adopción de TIC se ubicó en la posición 105 con una puntuación de 40.6, y el indicador usuarios de internet obtuvo el lugar 110 con 33.8 puntos. El WEF y el ITU muestran cifras bajas en los indicadores de este país.

Respecto a Uruguay, se ubicó en el lugar 54 en el GCI. El pilar adopción de TIC alcanzó la posición 14 con un puntaje de 79.7, y el rubro usuarios de internet se situó en el número 69 con 68.3 puntos. Esta información coincide con las entrevistas a expertos que señalan que resalta el peso de su infraestructura digital en todos los sectores y el acceso de la población a internet. De acuerdo con los índices de ITU y GCI, Uruguay supera a los indicadores de Colombia y El Salvador, debido a que cuenta con una política de fomento a la transformación digital, dotando a su población de estas herramientas.

El número de suscripciones de banda ancha fija (BAF) y móvil (BAM) es un indicador muy útil que ofrece un panorama del acceso, disponibilidad y utilidad de la conectividad. En América Latina las suscripciones a BAF marcaron una tendencia creciente en todo el periodo, y lo mismo sucedió con las suscripciones de BAM, sin embargo, esta última es más significativa, en 2021 tuvo una participación del 79.4% -esto se debe a la movilidad y acceso desde cualquier equipo y lugar-, mientras que la BAF registró 16.7% (Gráfica 3) (ITU, 2023).

⁸ Schwab, Klaus (2019). The Global Competitiveness Report 2019. World Economic Forum. Switzerland. https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.p

Gráfica 3. Suscripciones de banda ancha fija (BAF) y móvil (BAM) por cada 100 habitantes de Colombia, El Salvador, Uruguay y América Latina y el Caribe (Porcentaje)



Fuente: ITU, 2023.

Las suscripciones de BAF de los tres países han crecido anualmente. En 2021, Uruguay registró la mayor participación (32.3%), le siguieron Colombia (16.4%) y El Salvador (9.7%); por su parte, en las suscripciones de BAM, Colombia disminuyó cuatro puntos porcentuales en 2015, pese a ello, se recuperó y superó las cifras de 2014, y a partir de 2016 tuvo una pendiente creciente. El Salvador creció en todo el periodo, siendo los años 2014 y 2017 los más significativos en el rubro, asimismo, en 2021 superó a Colombia. Uruguay es el país de América Latina más importante, logró el 100% en este indicador desde hace un par de años (ITU, 2023). A diferencia de otros países en la región, Uruguay ha implementado políticas públicas encaminadas a la transformación digital, lo que le ha permitido alcanzar estas cifras.

De acuerdo con el GCI del WEF, las suscripciones a BAM de Colombia, El Salvador, Uruguay se ubicaron en las posiciones 101, 96 y 17, respectivamente, esta información es cercana con los datos del ITU, donde El Salvador tiene mayor número de suscripciones que Colombia, y Uruguay mantiene un alto posicionamiento. En las suscripciones de BAF, los lugares ocupados fueron 64, 82 y 34, correspondientes a Colombia, El Salvador y Uruguay.

Por su parte, los dispositivos conectados a internet sobrepasan el número de usuarios de internet y se estima que para 2025 alcancen los 25 mil millones, con la adopción de la tecnología 5G.

Por su parte, The Global Talent Competitiveness Index 2022 (INSEAD, 2022), que mide y clasifica a los países y ciudades según su capacidad para impulsar, atraer y retener talento a través del análisis de diversos pilares, muestra que, en el subpilar Infraestructura en TIC, los países mejor posicionados en América Latina son: Uruguay (lugar 28 de 133 países), Panamá (42), Brasil (45), Chile (53), México (54), Argentina (56), Costa Rica (68), Colombia (70) y más atrás El Salvador (105).

La continua innovación de las TIC exige a muchas organizaciones de todos los sectores hacer los cambios necesarios para adaptarse a nuevas condiciones, haciendo que los países sean facilitadores para que su población adquiera competencias digitales que les haga

competitivos. En este caso, los hacedores de política deben conocer el nivel actual, así como las necesidades presentes y futuras de las habilidades digitales.

Las competencias digitales conocidas también como “habilidades o aptitudes digitales, abarcan los conocimientos y competencias necesarios para que un individuo pueda utilizar las TIC a fin de lograr objetivos personales y profesionales” (Comisión de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo, 2018: 4, citado en ITU, 2020: 3). Asimismo, las competencias digitales comprenden “... tanto competencias técnicas y cognitivas, como competencias sociales de carácter no cognitivo, como competencias interpersonales y de comunicación.” (ITU, 2020: 4). Las competencias digitales se clasifican en tres niveles:

- Básico: es la base del uso de las TIC, se utilizan ya sea con dispositivos móviles o mediante el uso de distintos dispositivos. Las competencias empleadas se enfocan en el uso del teclado y pantalla táctil; uso de software para generar documentos y descargar aplicaciones y documentos o archivos; realizar tareas en línea como hacer búsquedas, manejo de correo electrónico, llenar formularios (ITU, 2020), y uso de redes sociales.
- Intermedio: considera herramientas tecnológicas más avanzadas como el uso de plataformas para servicios de video, texto y voz.
- Avanzado: las competencias digitales como IA, IoT, big data, ciberseguridad, realidad virtual y aumentada, blockchain, se emplean en la programación, desarrollo de software, ciencia de datos, gestión de redes, marketing y publicidad digital, etc. (ITU, 2020; Banco Mundial, 2021).

Las competencias digitales se han convertido en un activo esencial en las organizaciones a nivel mundial, pues el conocimiento determina su aprovechamiento, ya sea para buscar información mediante buscadores, manejo de comunicación digital, protección de dispositivos, solución de problemas, y creación de contenidos en medios digitales, llegando hasta el desarrollo de negocios digitales, marketing y ventas digitales, gestión y análisis de datos, etc. De acuerdo con las fuentes mencionadas, la región se encuentra entre el nivel bajo e intermedio en habilidades digitales. Al respecto, Uruguay, a diferencia de Colombia y El Salvador, tienen desempleo cero en TIC, debido a la alta demanda de personal en tecnología y a su desarrollo de este sector.

Lo anterior tiene una fuerte repercusión en la economía del dato en América Latina y el Caribe, ya que son pocos los países y empresas que ven las ventajas de aprovechar los datos como un medio para crear valor agregado y mejorar su competitividad. Al respecto, el Índice de Conectividad Global (GCI) de Huawei (2020), a través del indicador Creación de datos que mide la disponibilidad estimada de datos procesados para ser aprovechados por las organizaciones a través de IA o herramientas de análisis para implementar soluciones de 79 países, posiciona a Singapur en el primer lugar con 6 de 10 puntos, le siguen Estados Unidos, Países Bajos y China, cada uno con 5 puntos; y Suiza, Suecia, Dinamarca, Reino Unido, Noruega con 4 puntos cada uno.

En América Latina y el Caribe, los países que apenas alcanzan un punto son Chile, Uruguay, Brasil, Argentina, México, Colombia, Perú, Ecuador, Paraguay, entre otros; El Salvador no fue considerado en este análisis por falta de información.

El uso de datos en el proceso de producción en las empresas puede reducir sus costos al utilizar plataformas digitales de acceso gratuito. Las competencias digitales, la infraestructura, el acceso a servicios digitales y el financiamiento, juegan un papel fundamental para el uso, análisis y aprovechamiento de los datos. En conclusión, la economía del dato impulsa la creación de valor y la solución de problemas mediante la mejora o el desarrollo de nuevos modelos de negocio apoyados en los datos (Banco Mundial, 2021), aunque es una oportunidad poco analizada por las PYME.

Los dispositivos inteligentes generan y dependen de datos para mejorar sus operaciones, empleando usualmente IA, así como conexión a la internet de las cosas, lo que hace posible captar y enviar datos entre dispositivos. En el caso de las PYME, el análisis y gestión de los datos y el uso de herramientas tecnológicas son útiles para conocer los cambios en las preferencias del consumidor, monitorear traslado de las mercancías en la cadena de valor, obtener información en tiempo real a través de sensores y monitores, identificar movimiento en las ventas, rendimiento de los activos, realizar actividades de contabilidad, inventarios y facturación de manera más eficiente, uso de la nube, e-commerce, marketing y publicidad digital, diseñar estrategias para el uso de redes, uso de banca digital, búsqueda de información, uso de mapas, tomar cursos en línea de acceso gratis, uso de plataformas para reuniones, trámites de gobierno y servicios, solicitar transporte, etc. De este modo, los datos generados y analizados pueden ayudar a realizar operaciones con potencial de desarrollo en diversos sectores.

El Instituto de Estudios Económicos (2022), señala que, en la Economía del Dato, si bien toda la cadena de valor es importante, los extremos son los eslabones más valiosos porque establecen el camino a seguir y ambos se relacionan con los clientes, estos últimos son quienes generan los datos y los consumidores de los servicios creados con los datos (IEE, 2022).

Este contexto también ofrecerá nuevas oportunidades laborales enfocadas en la comunicación, el marketing, la creación de contenido digital, la gestión de comunidades y redes sociales, y el comercio electrónico, entre otros (Ontiveros y López, 2017).

Otro tema básico es la seguridad y protección de los datos. La Economía del Dato debe operar en el mercado bajo el amparo de un sólido marco normativo que garantice la privacidad de los datos personales, la protección y el uso de los datos.

Como se mencionó previamente, la aplicación de una entrevista a 36 expertos en Economía del Dato de los tres países seleccionados no sólo fortaleció la investigación a través de su conocimiento y experiencia, también permitió identificar información valiosa sobre seis rubros clave para el funcionamiento de la Economía del Dato: infraestructura, necesidades, oportunidades, retos, vinculación academia-industria y política pública y normativa.

El siguiente cuadro muestra que las PYME de los tres países coinciden en que la Economía del Dato no es un tema que tengan en el radar, el aprovechamiento de los datos es poco conocido, por ello, se sienten distantes en el tema. Se tiene la falsa creencia de que el manejo de datos solo compete a grandes empresas con capacidad para almacenar y analizar grandes volúmenes de información, el punto es que, las PYME pueden aprovechar datos que

son públicos, emplear software de acceso libre y utilizar la información para atender sus necesidades de acuerdo a sus capacidades y condiciones.

Cuadro 2. Resultados de las entrevistas

	Colombia	El Salvador	Uruguay
Infraestructura	Percepción generalizada de una buena calidad de internet., aunque algunos autores advierten: Menor velocidad de banda ancha. Brecha de velocidad de internet entre ciudades (Cartagena, Bogotá, Medellín, Barranquilla y Cali). Costos elevados de internet. Avances sustanciales en conectividad fija y móvil.	• Percepción generalizada de mala calidad de internet. • Costos elevados de servicio de internet. • Brechas de conectividad agudas entre zonas urbanas y rurales. • Avances sustanciales en conectividad fija y móvil.	Percepción generalizada de contar con una amplia cobertura de internet. Costos acordes al servicio. País avanzado en transformación digital, con alta conectividad y velocidad.
Necesidades	• Transformación cultural de las empresas para detonar el desarrollo de actividades intensivas en datos. • Capacitación y asistencia técnica para la micro, pequeña y mediana empresa en sus procesos de transformación digital orientada al dato. • Cursos de capacitación económicos (o gratuitos cuando son promovidos por instituciones públicas) de dos días con énfasis en la utilidad que representa a los empresarios contar con una gestión estratégica de datos. • Mayor y mejor difusión de los cursos de capacitación y/o formación en economía del dato ya existentes. • Difusión de empresas nacionales (por sector económico) que sean referentes en el aprovechamiento de los datos. • Mayor presencia de las PYME en sitios web y redes sociales, así como una mayor difusión de los canales digitales de pago, para el crecimiento del comercio electrónico. • Capital humano, específicamente ingenieros y científicos de datos, con una formación integral (competencias técnicas y habilidades blandas) o, de preferencia, con experiencia (talento senior).	• Mejorar la calidad del servicio de internet. • Sensibilización y/o capacitación en Economía del Dato dirigida a los tomadores de decisiones y policy makers para mejorar las iniciativas públicas de Economía Digital y digitalización. • Sensibilización a la población en general sobre: a) la utilidad y la importancia de las nuevas tecnologías digitales; b) extender el manejo de Excel a la educación primaria; y c) sensibilización sobre la importancia y el valor de los datos. • Capacitación y asistencia técnica para micro y pequeñas empresas en sus procesos de transformación digital orientada al dato. • Fortalecimiento del vínculo academia-industria para mejorar la formación integral (competencias técnicas y desarrollo de habilidades blandas) del capital humano en Economía del Dato. • Promover el desarrollo de la interoperabilidad entre las Fintech, y entre éstas y las instituciones financieras del país. • Mejorar la calidad de los datos abiertos del gobierno.	Es importante la cobertura y acceso a internet en las áreas rurales y la línea costera. Recursos y financiamiento para adquirir tecnología y contratar personal con capacidades técnicas y habilidades blandas con experiencia en IA GTP, Mid Journey. Sensibilizar a las PYME sobre la importancia y potencial del valor del dato y la información. Las PYME buscan atender, mejorar o solucionar aspectos relacionados con marketing, publicidad, ventas, facturación, manejo de redes y generación de contenido. Muchas PYME saben que pueden utilizar los datos, pero no saben cómo, ni qué datos. La logística es un tema pendiente para las PYME, pues asumen que el uso de los datos es básico para mejorar su desempeño, pero no tienen el conocimiento para buscarlos, captarlos, almacenarlos, analizarlos y usarlos de manera segura. Conocer a profundidad la operación interna de las PYME, de lo contrario las hace dependientes de los vendedores, que regularmente le vende a las empresas algo más que no necesitan. Personal capacitado en el análisis y gestión de datos.

			Las PYME deben implementar sistemas paso a paso, mostrar resultados y seguir avanzando, ahí está el análisis de las cadenas de valor de las empresas. Fortalecer los datos de las áreas internas de las PYME como operaciones, recursos humanos, contabilidad o logística. Destinar presupuesto a la gestión de datos como una estrategia para la toma de decisiones en las empresas. El acercamiento al uso de los datos para las PYME que sus necesidades se enfocan en el uso de plataformas gratuitas no implica una gran inversión.
Oportunidades	• Complementar el sistema de facturación electrónica promovido por la DIAN con cursos y asistencia técnica para profundizar en los procesos de transformación digital empresarial. • Aprovechar la presencia que muchas empresas tienen en redes sociales y sitios web para familiarizarlos en entornos digitales de gestión de datos. • Complementar los planes de estudio de las principales universidades que ofrecen carreras de formación en Economía del Dato con el desarrollo de habilidades blandas específicas: visión de negocio, resiliencia, adaptabilidad, idiomas, comunicación asertiva, liderazgo y trabajo en equipo. • Fortalecer las iniciativas públicas del MinTIC con la creación de una estrategia general de capacitación, con énfasis en las micro y las pequeñas empresas."	• Aprovechar las ventajas de los servicios web de gestión de datos (interfaz intuitiva, mejora en la productividad, menor nivel de empleados, escalabilidad de negocios y menor inversión respecto a la formación de capital humano y la adquisición de equipo) para extender la capacitación en Economía del Dato a micro y pequeñas y medianas empresas. • Aprovechar la presencia que muchas empresas tienen en redes sociales y sitios web para familiarizarlos en entornos digitales de gestión de datos. • Aprovechar la preocupación de las empresas por mejorar su nivel de ventas para dirigir la capacitación y la asistencia técnica en Economía del Dato al área comercial. • Aprovechar en la difusión del valor de los datos la existencia de casos de éxito (Fintech TEIP, Tecnologías Informáticas Roots) para comprobar que sí resuelven necesidades puntuales del negocio.	El uso de tecnología de acceso libre puede mejorar las actividades de las PYME. Es importante adoptar nuevas tecnologías que son revolucionarias colaborar con grandes empresas y otras naciones para fortalecer el uso de los datos con la posibilidad de incursionar en grandes cadenas de valor. IA generativa mejora actividades de atención a clientes en marketing, información, áreas legales, contables, financieras, planificaciones logísticas. Hay muchas oportunidades para las empresas en materia de gestión de datos, principalmente en la digitalización de los procesos en PYME en diversos sectores económicos. Muchas PYME que trabajan con datos laboran más para grandes empresas de otros países que para Uruguay. Las planillas de Excel son la herramienta más común y usada dentro de las empresas, cuando en realidad, ahí solo se puede obtener porcentaje muy chico del análisis que uno puede hacer a través de la digitalización de procesos y de

			los sistemas predictivos y prescriptivos con el volumen y uso de la información que existe. Hay una oportunidad muy grande en la implementación de RP o de diferentes módulos de las empresas para aprovechar la información, planificación para compras, gestión de depósitos, CRM o ventas. Una oportunidad es el conocimiento de las herramientas disponibles; eventos de concientización y presentación de actividades prácticas más que teóricas; casos de éxito o de uso en distintos sectores. El vínculo con la academia es una buena oportunidad para aprender sobre gestión del dato. El uso de la internet facilita el acceso a datos e información, como los distintos canales de ventas, datos del mercado, clientes, competencia, etc. Aprovechar las distintas plataformas de información como videos para actualizarse en temas en específicos. Las PYME deben aprovechar que Uruguay está avanzado en materia de TIC, tema muy vinculado al uso, análisis, interpretación y gestión de los datos.
Retos	• No hay una cultura de datos en el país, aunque sí se reconocen ciertas políticas de apoyo y fomento. • Aun cuando se considera que hay niveles modestos de digitalización entre las PYME, se percibe que la mayoría de ellas no tienen las condiciones (técnicas y operativas) necesarias para el aprovechamiento de la Economía del Dato debido a: a) no hay una estructura de personal que conozca de tecnología, mucho menos que sean expertos en el manejo de nuevas tecnologías como parte del personal clave (director, contador, secretaría, etc.). b) se utilizan, en su mayoría, métodos manuales para el control	• No hay una cultura de datos a nivel país, ni entre las empresas, por lo que muchas de ellas o no capturan la información contable, comercial o productiva relevante, o lo hacen con deficiencias (redundancias en registros, captura de datos incompletos, empleo de métodos manuales de captura, nula seguridad y nulo análisis). • Bajos niveles de digitalización entre las empresas debido a: a) las inversiones en equipo y software se consideran un gasto sin rentabilidad. b) falta de recursos financieros para la inversión en tecnologías	Las empresas están haciendo nulo uso de la estrategia de los datos. Las PYME usan tecnología poco especializada. Reentrenamiento de personal por los constantes cambios tecnológicos. Reducir brechas en el uso de herramientas digitales y conocimiento para adoptar tecnologías, democratizando el conocimiento y el acceso a la educación y a las tecnologías. La triple hélice debe trabajar de manera conjunta. Las PYME que es no adoptan tecnologías están en mayor

	de la información, pero también se presentan deficiencias en el uso de herramientas tecnológicas típicas (Excel). c) la mayoría de las micro, pequeñas y medianas empresas tienen una visión de corto plazo alimentada por la necesidad de sostenerse en el mercado, por lo que no cuentan con los ingresos suficientes para invertir en capital humano o en tecnologías digitales a las que, además, considerar un gasto con bajísimos niveles de inversión. - Las PYME de base tecnológica tienen potencial para aprovechar la Economía del Dato en su favor, pero no cuentan con los conocimientos necesarios para ello (qué datos capturar, cómo capturarlos, cómo gestionarlos, cómo analizarlos). - Se perciben algunas deficiencias puntuales en la formación de capital humano en Economía del Dato: 1) las universidades (pregrados principalmente) suelen presentar niveles críticos de latencia en cuanto a la adaptación de los planes de estudio a la digitalización, la Industria 4.0 y la Economía del Dato, lo cual ubica a la formación en Economía del Dato en maestrías y especializaciones. 2) algunos prejuicios extendidos entre el estudiantado (considerarse una formación tediosa, complicada y/o muy difícil) que, o bien los alejan de esta formación, o bien limitan la conclusión de sus programas de formación. 3) la débil extensión de algunas materias clave (Big Data, Análisis de Datos, y Predicciones) entre las carreras de pregrado y de posgrado. 4) la falta de una formación integral que combine el desarrollo de competencias técnicas en el uso de software para la gestión y el análisis de datos, y de habilidades blandas para potenciar los procesos de transformación digital orientados al dato. - La existencia de tantas empresas unipersonales impide la dedicación	digitales. c) resistencia a la transformación digital orientada al dato causada por la falta de conocimiento sobre su utilidad y el valor, deficiente difusión del valor de los datos y, en general, porque se suele considerar un tema complicado y tedioso que no termina por resolver las necesidades más puntuales del negocio. d) débil penetración de los medios electrónicos de pago entre la población, potenciada negativamente por una muy baja población bancarizada, lo cual es una seria limitante para el desarrollo del comercio electrónico. e) escasez de capital humano y talento senior formado en Economía del Dato. - Aunque las empresas de base tecnológica (TI) y las Fintech están, más preparadas tecnológicamente (buenos niveles de digitalización), muchas de ellas presentan deficiencias severas en la captura y análisis de datos debido, principalmente, a que no tienen claro: a) la información que necesitan capturar. b) los métodos y las tecnologías apropiadas para ello. c) las oportunidades de negocio (control y seguimiento de ventas, personalización del servicio y fidelización del cliente, mejora de la productividad, mejora de la publicidad y marketing) asociadas a la gestión estratégica de datos. - Lo dicho empeora para los sectores cuyas empresas no son de base tecnológica o cercanas al tema. - Elevados costos asociados a la formalización de empresas que amenazan la utilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas, obligándolas a permanecer informales.	riesgo y viven un contexto menos privilegiado. Las empresas siguen con procesos muy manuales con manejo de información a través de planillas con duplicación de registros, que tienen una gran probabilidad de error y dejan por el camino el potencial del uso de la información. La poca utilización de las nuevas tecnologías, principalmente en big data analytics no existe porque no hay bases de datos que tengan suficiente material como para apoyar a las empresas en eso. Muchas de las PYME son empresas familiares que trabajan con los mismos procesos de siempre, son reticentes al cambio por miedo. Invertir en tecnología con visión empresarial de largo aliento es complicado, ya que las PYME son temerosas de no tener retorno. En una escala de 0 a 10, las PYME se encuentran entre un 3 o 4 en el tema del aprovechamiento de los datos. Las empresas prefieren contratar los sistemas y software, pero no el servicio porque son celosas de su información. A la par, contratan personal que maneje Power BI que es una herramienta que está de moda frente a contratar una empresa que brinde servicios de información de gestión de datos y recomendación de estrategias. Orientar los servicios de las empresas uruguayas de gestión de datos al mercado local. La brecha entre la oferta y la demanda en gestión de datos relacionada con precio es crítica en el mercado local a diferencia del internacional que es bien pagado. Disponibilidad de personal calificado dentro de las estructuras de la empresa para adoptar este tipo de soluciones.

	de tiempo para estrategias de posicionamiento y gestión de datos. • Se percibe la falta de recursos financieros como el problema principal de las empresas.		Faltan sistemas o plataformas que provean la información. La consultoría de gestión de datos en el mercado uruguayo aún enfrenta resistencias que hay que derribar. Las PYME tienen temor al uso de la nube por robo o pérdida de información.
Vinculación Academia-Industria	• Débil vinculación academia-industria.	• Se percibe una débil vinculación entre la academia y el sector privado, pero se reconocen importantes esfuerzos en la materia, como la firma entre la Cámara Salvadoreña de Tecnologías de la Información y Comunicación (CASATIC) y el Consorcio de Instituciones de Educación Superior para el Crecimiento Económico. • A nivel academia, se perciben algunas debilidades en la formación de capital humano, como la falta de desarrollo de habilidades blandas y la actualización de los planes de estudio acorde a las necesidades del mercado.	El vínculo academia-industria es relativamente escaso en gestión de datos. Las universidades se vinculan más con grandes empresas que con PYME.
Política Pública y Normativa	• Los actores entrevistados sólo identifican: 1) Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (MinTIC) es una institución pública importante debido a sus cursos de formación en Ciencia y Analítica de Datos. 2) iNNPulsa como un programa público que fomenta la transformación digital entre las empresas; y 3) los Centros de Transformación Digital Empresarial (CTDE), impulsados por MinTIC e iNNPulsa en alianza con las principales cámaras de comercio y gremios de Colombia, como promotores del uso estratégico de TIC. • Existen al menos dos políticas: 1) Política Nacional de Explotación de Datos (Big Data). 2) Política para la reactivación, la repotenciación y el crecimiento sostenible e incluyente: Nuevo compromiso por el futuro de Colombia. Ambas se enfocan en el	• La novedad del tema (Economía del Dato) puede explicar la ausencia de políticas públicas específicas de apoyo y fomento. • Existencia de iniciativas públicas dispersas y desarticuladas en lo referente al apoyo y fomento de la Economía Digital. Se reconoce al Ministerio de Economía como principal institución pública en materia de transformación digital. • Ruta Digital es la iniciativa pública más reconocida. No obstante, puede ser deficiente toda vez que no se considere una asistencia técnica en digitalización dirigida, prioritariamente, a micro y pequeñas empresas. • No se reconoce ningún marco normativo integral para la protección de datos personales en el país. Sin embargo, no se considera que la falta de este marco tenga un impacto (positivo o negativo) sobre el desarrollo de la Economía del Dato en El Salvador debido a la existencia de	Una política orientada a la Economía del dato no existe. Pero sí existe una política digital, en la que destacan los instrumentos: Agenda Uruguay Digital 2025. Sociedad digital resiliente. Programas e instrumentos con vocación sectorial: ProDigital – ANDE: programa que financia procesos de transformación en materia digital para grupos de pequeñas empresas formalizadas (al menos 10), las cuales tienen una necesidad en común. Líderes digitales – ANDE: enfocado a MIPYME formales, otorgando becas de formación encaminadas a fortalecer el capital humano de las MIPYME en materia de digitalización. Modo Digital – ANDE: plataforma que a través de un autodiagnóstico sirve para determinar el grado de madurez digital en las MIPYME.

	fortalecimiento del gobierno digital mediante el desarrollo de la interoperabilidad y la ciberseguridad. La iniciativa EnganchaTIC sirve para poner en contacto al capital humano especializado en TI con algunas empresas; ninguna política, sin embargo, atiende de manera directa al mejoramiento de las capacidades técnicas y organizativas que son necesarias para el aprovechamiento de los datos por parte de las empresas. • El sistema de facturación electrónico promovido por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) ha tenido un impacto positivo, aunque limitado, en mejorar el nivel de digitalización de las empresas. • En cuanto a normativa, se identifica la Ley de Protección de Datos Personales, pero se desconocen su objeto, su alcance, sus principios rectores y su categorización de los datos.	referentes internacionales, principalmente los marcos normativos europeo y estadounidense.	En el documento “Big data. Observatorio jurídico” de Prieto (s.f.), se afirma que Uruguay no ha analizado el tema de manera oficial. Sin embargo, este trabajo aborda cuatro puntos centrales: protección de datos personales, derechos de autor, seguridad de los datos y transferencia de datos⁹.

Fuente: elaboración propia con base en las entrevistas.

Conclusiones

Sin duda, la Economía del Dato es un tema que será tendencia en un futuro cercano y los países y empresas que no sepan aprovechar y explotar los datos estarán en una situación de desventaja.

Es importante comprender que hay que avanzar en la construcción de capacidades para analizar datos de forma sistemática con el propósito de obtener información valiosa que contribuya a crear valor que se vea reflejado en la mejora o innovación de productos y servicios que sean competitivos en el mercado, para generar ingresos y utilidades. Estas competencias deben formarse tomando en cuenta las necesidades propias de las empresas, en función de su tamaño, necesidades y madurez digital. Indudablemente, esto es un asunto de política industrial digital que debe contemplarse por los Estados.

Contar con la infraestructura adecuada en óptimo funcionamiento es clave, así como su acceso y disponibilidad para que las PYME puedan realizar confiablemente sus operaciones desde cualquier dispositivo y lugar. Asimismo, el uso de herramientas tecnológicas para la obtención, tratamiento, análisis y gestión de los datos es esencial. No sólo cuenta el conocimiento técnico, las habilidades blandas también son básicas en un contexto donde la creatividad e innovación son una constante.

⁹ Para conocer más al respecto véase Prieto, s.f.

Derivado de este tema surgirán nuevas profesiones enfocadas en áreas creativas, comunicación, marketing, comercio digital, redes sociales, etc. Por ello, hay que responder al hecho de que la formación de recursos humanos orientados a la Economía del Dato todavía es muy incipiente en la región; por ello, debe existir una coordinación más estrecha entre la academia y las empresas para delinear el perfil de los futuros profesionales, que les garantice cabida en el mercado laboral.

La inversión en tecnología es un factor importante no solo para las PYME, la población de los países también requiere capacitarse y actualizarse en el uso de herramientas tecnológicas que les permita desarrollar mayores competencias.

De acuerdo con las necesidades de las PYME, se requiere capacitación y asistencia técnica orientada a: mejoramiento del área comercial, transformación digital, adopción de una cultura empresarial en torno al dato; y optimización del área financiera.

También se precisa difusión gráfica y audiovisual sobre: normas, leyes e iniciativas públicas relativas al manejo de datos y transformación digital; beneficios derivados de una gestión estratégica de datos; y cursos cortos de formación gratuita orientados a PYME.

La era digital obliga a las empresas a incursionar en el comercio electrónico y el marketing digital para incentivar procesos de transformación digital orientada al dato.

Desde la política pública es importante mejorar la infraestructura nacional de conectividad, y fomentar la competitividad entre los operadores de internet para mejorar la calidad y el precio del servicio.

Referencias

Asociación Española de Normalización, UNE (2022). Estándares para la economía del dato. https://www.une.org/normalizacion_documentos/Estandares_economia_del_dato.pdf

Banco Mundial (2021). Informe sobre el desarrollo mundial 2021: datos para una vida mejor. Washington, DC. <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2021>

_____ (2022). Acceso y uso de internet en América Latina Y el Caribe. Resultados de las encuestas

Carrière-Swallow, Y. y Haksar, V. (23 de septiembre de 2019). La economía de los datos. IMF Blog. <https://www.imf.org/es/Blogs/Articles/2019/09/23/the-economics-of-data>

Cardona, María (2022). Retos y amenazas de la revolución tecnológica en el ámbito de los derechos humanos. Revista Jurídica de la Universidad de León. (10): 3-13. https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/15456/Retos_%20Amenazas%20Revoluci%C3%B3n%20Tecnol%C3%B3gica.pdf?sequence=1

Celis, Juan y Pereira, Miguel (2021). Digitalización en América Latina y el Caribe: Es hora de aumentar la inversión. Banco Mundial. <https://worldbank.org/es/ppps/digitalizacion-en-america-latina-y-el-caribe-es-hora-de-aumentar-la-inversion>

- Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD)** (2021). Informe sobre la Economía Digital 2021. Flujos de datos transfronterizos y desarrollo: para quién fluyen los datos. Nueva York: United Nations Publications.
- Chakravorti, Bhaskar; Bhalla, Ajay; Ravi Shankar Chaturvedi** (2019). Which Countries Are Leading the Data Economy?. Global Strategy. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2019/01/which-countries-are-leading-the-data-economy>
- Da Silva, F. y Núñez, G.** (2021). La era de las plataformas digitales y el desarrollo de los mercados de datos en un contexto de libre competencia. Documentos de Proyectos (LC/TS.2021/173). Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Huawei** (2020). Dando forma a la nueva normalidad con conectividad inteligente. Mapeando su transformación en una economía digital con GCI 2020. https://www.huawei.com/minisite/gci/assets/files/gci_2020_whitepaper_en.pdf?v=20201217v2
- IBM** (s.f.). ¿Qué es infraestructura de TI? <https://www.ibm.com/mx-es/topics/infrastructure>
- International Chamber of Commerce (ICC)** (2023). Data Management Guide for Small Business: An introduction to data management for micro-, small- and medium-sized enterprises. <https://iccwbo.org/news-publications/policies-reports/data-management-guide-for-small-business/>
- INSEAD** (2022). The Global Talent Competitiveness Index 2022: The Tectonics of Talent: Is the World Drifting Towards Increased Talent Inequalities? Fontainebleau, France. <https://www.insead.edu/sites/insead/files/assets/dept/fr/gtci/GTCI-2022-report.pdf>
- Instituto de Estudios Económicos (IEE)** (2022). El impacto económico del sector de datos en España. Una propuesta de cuantificación. Revista del IEE, no. 2. Madrid. <https://www.ieemadrid.es/wp-content/uploads/IEE.-Revista-N.o-2-2022.-El-impacto-economico-del-sector-de-datos-en-Espana-1.pdf>
- MIT Technology Review Insights (MIT)** (2021). Capitalizing on the data economy. Infosys Cobalt. <https://www.technologyreview.com/2021/11/16/1040036/capitalizing-on-the-data-economy/>
- Ontiveros, E. y López, V.** (2017). Economía de los Datos. España: Editorial Ariel, Fundación Telefónica. <https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2018/11/Libro-Economia-de-los-Datos-Ontiveros.pdf>
- Ortiz, G.** (2015). Análisis de Stakeholders. España. Universidad de Alicante.
- Pérez, D., Solana, P. y Trigueros, S.** (2018). Economía del dato y transformación digital en pymes industriales: Retos y oportunidades. Economía industrial, 409, 37-45.
- Pursell, S.** (20, enero, 2023a). Guía completa para el análisis de datos (con ejemplos) [HubSpot Blog]. <https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-de-datos>

- Pursell, S.** (19, abril, 2023b). Guía completa para el análisis de datos (con ejemplos) [HubSpot Blog]. <https://blog.hubspot.es/marketing/sistema-informacion>
- Puyol, J.** (2014). Una aproximación a Big Data. *Revista de Derecho UNED*, 14, 471-505.
- Prieto, Ramiro** (s.f.). Big Data. Observatorio jurídico. Ed: José Artigas, AGESIC, Presidencia de la República Oriental de Uruguay. <https://www.gub.uy/agencia-gobierno-electronico-sociedad-informacion-conocimiento/sites/agencia-gobierno-electronico-sociedad-informacion-conocimiento/files/documentos/publicaciones/big-data-oj.pdf>
- Santiso, Carlos** (2018). La nueva economía de los datos: el gobierno digital como política de Estado. Banco Interamericano de Desarrollo (BID), agosto. <https://blogs.iadb.org/administracion-publica/es/gobierno-digital-como-politica-de-estado/>
- Schwab, Klaus** (2019). The Global Competitiveness Report 2019. World Economic Forum. Switzerland. https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf
- Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU)** (2023). Datos y estadísticas. Medición del desarrollo digital: hechos y cifras 2022. Datos actualizados a julio. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>
- _____ (2020). Guía para la evaluación de las competencias digitales. https://academy.itu.int/sites/default/files/media2/file/eBAT_20-00227_20-00325_1f_Digital_Skills_assessment_Guidebook-S.pdf
- Vázquez, Ricardo** (2020). Del sector Infomediario a la economía del dato: caracterización del sector Infomediario. Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. España. <https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/2020-06/EstudioInfomediarioEdicion2020.pdf>

CAPÍTULO 2

INNOVACIÓN SOCIAL COMO FACTOR Y COVID-19 COMO CONDICIONANTE DEL DESARROLLO LOCAL

La remunicipalización del organismo operador del agua potable de Ramos Arizpe, Coahuila: ¿Caso de una victoria de innovación social no sostenible?¹

Luis Aguirre Villaseñor²

Gloria Tobón Echeverri³

René Mendoza Alfaro⁴

Resumen

En este trabajo se exploran las dificultades que presentan aquellos procesos sociales que dependen de la concientización y la acción de los ciudadanos, para hacer de los procesos de cambio, procesos sostenibles. Este caso se refiere, primero, al proceso de privatización, y luego al de re-municipalización del organismo operador del sistema de la ciudad de Ramos Arizpe, Coahuila, después de un breve periodo de privatización en que la prestación del servicio estuvo a cargo de una empresa mixta. El primer objetivo del trabajo fue esclarecer los factores que determinaron, por un lado, la privatización del Sistema de Agua Potable y Alcantarillado de Ramos Arizpe (SAPARA), dando paso a la creación de la empresa mixta Agua de Ramos Arizpe (AGRA), bajo la gestión de la empresa transnacional Aguas de Barcelona (AGBAR)⁵ Este proceso, se llevó a cabo con la colaboración opaca de las autoridades locales. El segundo objetivo fue identificar los factores que detonaron la movilización ciudadana de la ciudad de Ramos para re-municipalizar el organismo operador. La hipótesis de trabajo consiste en suponer que, sin un sujeto social sólidamente organizado, no hay proceso de cambio sostenido. Se realizaron entrevistas estructuradas a dirigentes locales que participaron en el proceso de re-municipalización, a regidores, y se consultaron libros, documentos y artículos de la prensa local. Los resultados relevantes fueron, que la empresa mixta AGRA, fue retirada de la Ciudad de Ramos, por los abusos exorbitantes que aplicó a los usuarios tales como subir al doble las tarifas de consumo, cobros por cambio de medidores, por tomas domiciliarias y por riego a plazas públicas.

Tarifas más caras a pequeños y medianos comerciantes, cobro a usuarios gubernamentales, reclasificación de colonias para aumentar las tarifas y cobros de adeudos. Se aplicaron cortes de agua a quienes acumulaban adeudos de más de dos meses con la nueva empresa. Todo esto detonó una movilización ciudadana que logró la re-municipalización del organismo operador, movilización que comenzó cuando surgió el rumor sobre la privatización de SAPARA, y continuo en el periodo del 1 de enero de 2013 al 11 de abril de 2014 en que AGRA estuvo a cargo del sistema. La población fue encabezada por no más de diez personas de la ciudad. Como otro resultado, se muestran aspectos de suma gravedad que

¹ Ponencia preparada para el 28 Encuentro Nacional sobre Desarrollo Regional en México, AMECIDER 2023, del 13 al 17 de noviembre modalidad presencial. Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM.

² Doctor en Economía. Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro, laguirrev123@gmail.com

³ Doctora en Físico-química, con especialidad en tratamiento de agua y aguas residuales. Consultora independiente, gtgarza99@gmail.com

⁴ Subdirección Operación de Programas. UAAAN, meax6512055e9@gmail.com

⁵ Cuyas acciones fueron posteriormente adquiridas por la transnacional francesa Suez (2014) y luego por Veolia (2022).

enfrenta el organismo operador re-municipalizado de nombre Compañía de Agua de Ramos Arizpe (COMPARA); su gestión actual llega a prácticamente los mismos niveles de operación previos a la privatización, pues no existen, más allá de la acción institucional del ayuntamiento, figuras asociativas u organizativas que aseguren mediante la participación ciudadana, una ruta para el mejoramiento de la prestación del servicio del agua potable, lo que deja en suspenso la solución de los problemas presentes bajo la gestión de COMPARA. Tanto la falta de disponibilidad de agua en Ramos Arizpe, como su calidad inapropiada para fines potables, problemas que datan de varias décadas, podrían agravarse como consecuencia del previsible crecimiento industrial y poblacional de Ramos Arizpe, ciudad que enfrenta, además, la influencia de la zona metropolitana de Monterrey.

Conceptos clave: 1. Remunicipalización; 2. movilización social; 3. sujeto social.

Introducción

Ramos Arizpe, Coahuila, es una ciudad ubicada a 14.7 kms al norte de Saltillo, capital del Estado de Coahuila. Este municipio cuenta, según el censo de 2020, con una población de 122 mil 243 habitantes (INEGI 2020) con un 90 % habitando en la cabecera municipal. En ella se ubican varios parques industriales que concentran la mayoría de las empresas industriales de la región sureste del Estado entre ellas, las armadoras de vehículos automotores General Motors y Chrysler. Como otras ciudades del norte de México, está posicionada para recibir cuantiosas inversiones principalmente de países asiáticos como Corea del Sur y China, ante la expectativa que promete el nearshoring. En cuanto a los antecedentes económicos y políticos que es necesario incluir en este ensayo, está la referencia a lo ocurrido en las últimas décadas. Se habla en México de un período aproximado de 36 años en que se desplegó la política neoliberal, desde el sexenio presidencial de Miguel de la Madrid, período en que se impusieron las propuestas económicas y sociales recomendadas a nuestro país por los organismos financieros internacionales, definidos en el Consenso de Washington. Sobre esas propuestas, Aguilar (2002), anota que “lo que dicen los neoliberales no corresponde a lo que se hace realmente”. Por ejemplo preferían la privatización, pero privatizaron empresas públicas en procesos de corrupción; promovían la regulación por el mercado, pero impusieron la regulación del Estado a su conveniencia; pugnaban por el libre comercio, pero imponían el comercio de los países ricos; no querían políticas proteccionistas, pero las imponían a países subdesarrollados; proponían la apertura indiscriminada, pero sólo para beneficio de los países industrializados; recomendaban la competencia, pero con libertad para el capital y la reducción de los salarios y, finalmente, la desregulación porque con ella se complace a quienes se oponen a la intervención del Estado. Estas políticas económicas fueron aplicadas bajo un intenso discurso para que la población aceptáramos, entre otras ideas, la supremacía del funcionamiento de lo privado sobre lo público. Toda esta ideología no pudo ser enfrentada con éxito por los sectores de la población que salieron perjudicados con su imposición, pues ni el poder Legislativo, ni el Ejecutivo ni el Judicial hicieron nada en contra, en función a que previamente habían sido copados por la concepción neoliberal de la economía y la sociedad. Igual pasó con las organizaciones obreras y campesinas que, con liderazgos proclives al neoliberalismo, aceptaron ese discurso sin ninguna oposición de importancia.

En el Estado de Coahuila, gobernado por priistas, el terreno estaba abonado para aplicar la política económica neoliberal en aspectos específicos como la gestión del agua potable. Sucedió primero en la capital, Saltillo. Bajo el gobierno estatal del Sr. Enrique Martínez y Martínez, y el alcalde Oscar Pimentel González, se llevó a cabo el proceso de privatización del Sistema Municipal de Agua y Saneamiento (SIMAS) de la ciudad. Este proceso, según la organización ciudadana Asociación de Usuarios del Agua de Saltillo (AUAS), se dio en un ambiente de opacidad en el manejo de la licitación para definir a la empresa que se hiciera cargo de SIMAS. Como resultado del proceso de licitación, se creó el 1 de octubre de 2001, la empresa mixta Aguas de Saltillo (AGSAL), con 49 % de las acciones compradas por la transnacional Aguas de Barcelona (AGBAR), y el 51 % restante quedó en poder del SIMAS-Saltillo. A 22 años de distancia de esa fecha, AGSAL ha sido monitoreada en su función de extracción y distribución del agua potable de la ciudad, siendo señalada de graves violaciones a las Leyes Nacional y Estatal de Aguas, en lo referente a su gestión económica y social (AUAS 2012).

Antes de la privatización del agua en Ramos, entre dirigentes ciudadanos de la ciudad, se corrió el rumor de que entre los políticos de Saltillo y Ramos se hablaba de vender el agua de esta ciudad a los españoles (AGSAL-AGBAR). En reacción a esta información, un puñado de ciudadanos acudió a la Presidencia Municipal de Ramos a preguntar sobre este tema, con el que de antemano demostraban su inconformidad. Para el día en que hicieron saber al Presidente municipal, Ramón Ocegüera, que irían a informarse sobre este asunto, este mismo funcionario convocó a lideresas de su partido el PRI, acompañadas de un grupo de unas 300 personas, para intentar anular la acción de los activistas y las personas, quizá no más de 30, que los acompañaban. Los inconformes no recibieron la información que solicitaban. El Presidente no los recibió.

Aprovechando la ola favorable a la aplicación de recetas neoliberales, en el año 2012, desde la gerencia de AGSAL a cargo del español Alejandro Osuna y con la aceptación y promoción del alcalde de Ramos Arizpe Ramón Ocegüera, en un proceso igualmente oscuro, el cabildo de R. Arizpe aprobó por mayoría la creación de Agua de Ramos Arizpe (AGRA), también como empresa mixta. Desde que AGSAL se apropia del sistema de agua potable de Ramos Arizpe, impone a ese sistema su *modus operandi*, es decir, aplicó a la población ramosarispence las mismas medidas antipopulares que ya había aplicado en Saltillo, lo que comenzó a generar la inconformidad de la ciudadanía de la ciudad.

Aspectos teórico-metodológicos⁶

¿Asegura un papel proactivo de los actores sociales una solución diferente y ventajosa a sus problemas de servicios públicos como el del agua potable? Con esta pregunta se abre la presentación del enfoque teórico-metodológico de este trabajo.

⁶ Ya terminado este artículo, se tuvo acceso al trabajo de Hugo Contreras Zepeda (2006) que proporciona elementos teóricos para estructurar el análisis de los organismos operadores (oo). Entre esos elementos destaca el papel que juega la teoría de la acción colectiva y el marco del nuevo institucionalismo; también en la revisión del marco teórico Contreras Zepeda incorpora, citando a North y a Stevens, elementos a considerar como *los participantes (stakeholders) o actores clave, los métodos de elección y de criterios de eficiencia y equidad para la toma de decisiones*.

La innovación social, como ha sido definida en la Convocatoria a participar en el 28 Encuentro AMECIDER 2023, es presentada como la realización de un movimiento social que ha resultado triunfante en un proceso de lucha por una reivindicación económica, política o social, que, a la vez, como movimiento triunfante, logra que el sujeto social involucrado en esta movilización social alcance el objetivo o meta por el que luchó. Se dan diversos ejemplos de estos resultados. Textualmente, la innovación social, según la Convocatoria, “hace referencia a iniciativas emanadas desde los actores sociales en función de sus necesidades y aspiraciones a fin de aportar soluciones diferentes a sus problemas. Se han reconocido (dice) como un elemento clave en las nuevas formas de gestión productiva y gobernanza orientadas a mejorar condiciones sociales y de los entornos de vida y trabajo de las comunidades, así como de los procesos de co-producción de iniciativas territoriales desde los actores con lógicas y racionalidades alternativas a las ortodoxas y los marcos institucionales imperantes”. En cuanto a la sostenibilidad, esta se “refiere a los procesos de preservación, reproducción y continuidad en las distintas dimensiones que integran a los territorios, a saber, económica, social, cultural, ambiental y político institucional, especialmente en los ámbitos regionales...”

Ahora bien, ¿cómo vincular los asuntos sobre temas como el gobierno del agua a los actores sociales y en especial con la “ciudadanía del agua”? La forma aquí escogida es mediante el enfoque procesual, como el estudio de las fases sucesivas de un fenómeno que, en el caso concreto de este estudio, está referido a tres empresas encargadas de la operación del sistema de agua potable y alcantarillado de la ciudad de Ramos Arizpe, Coahuila, sujetas sucesivamente a tres “modelos” de gobernanza del agua: SAPARA, originalmente empresa municipal, AGRA, empresa mixta (de hecho privatizada), y COMPARA, remunicipalizada, que opera en la actualidad.

Sin ir a profundizar en una “teoría de la ciudadanía” (theory of citizenship), con el enfoque trabajado por Salgado (2019), al menos se puede, para el caso que nos ocupa, explorar el curso de una ciudadanización del agua, centrada en el papel “proactivo” de actores sociales, en este caso para aquel sector de ellos que jugó el papel de liderar la acción ciudadana. La dirigencia del proceso de remunicipalización del agua en Ramos no se propuso la “construcción de ciudadanía”, ante un déficit grave de ella, o sea un “déficit de ciudadanía”. Una dirigente del movimiento de Ramos Arizpe identificó a la población de este municipio como desinformada y “agachona” (“somos agachones”⁷).

Han existido dos visiones en cuanto a la gobernanza del agua potable en Saltillo, bajo la empresa mixta AGSAL: por lado, la visión empresarial y por otro la concepción de que el agua es un derecho humano. En cuanto a la empresa mixta (en los hechos privatizada porque la gestión es responsabilidad del socio privado), el usuario es un “cliente” al que se le aplican todos los mecanismos mercantiles o propios de un negocio; principalmente pagar (caro) el servicio; no cuidar efectivamente el recurso natural agua, ignorar la voz ciudadana, manejar la información sobre el estado de los mantos acuíferos de manera reservada (poca transparencia), y no invertir en el sistema de manera importante.

Salgado (2019) plantea preguntas muy importantes relacionadas con la vinculación entre el agua y la ciudadanía. Estas preguntas son muy pertinentes ahora y lo serán cada vez

⁷ Ella refirió que en el proceso contra la privatización del agua, se tuvo más apoyo de la gente llegada a Ramos Arizpe en las últimas décadas.

más en el futuro inmediato y mediano, en la medida en que la disponibilidad del agua en el mundo, en el país y en la región se convierta en un grave problema. El asunto es ya un problema a analizar o estudiar, a debatir, y es una preocupación creciente de la sociedad y los gobiernos, ocupados en buscar alternativas de solución duradera a esta problemática, bajo criterios de inclusión social y sustentabilidad ambiental.

Por la importancia que reviste el estudio o análisis de esas preguntas, vale la pena mencionarlas. Castro (2006b), citado por Salgado, dice que un elemento central en el debate acerca de la relación de la ciudadanía con el agua tiene que ver con “el ejercicio efectivo de los derechos (...) en relación a cómo se gobierna el agua, quién la gobierna o sobre (...) cómo se decide sobre sus servicios esenciales” (p. 153). Torregosa, Arteaga y Kloster (2006), también citados por Salgado, llamaron la atención sobre el modo en que se implantan los cambios de la política del agua en el ámbito local y el modo de resistencia de la población (p. 153).

Otro asunto, que va más allá de este trabajo, pero que representa una tarea de la mayor importancia para la gobernanza de cualquier país o región, es la construcción de ciudadanía, una asignatura que está y sigue pendiente y que deberán asumir los partidos políticos y las instituciones dedicadas a organizar y facilitar la participación ciudadana como el mecanismo y la práctica necesarias para una gobernanza eficaz.

Jelin (1996), citado por Salgado, dice que “el abordaje sobre la construcción de ciudadanía plantea importantes cuestiones para comprender las maneras en que quienes formalmente son definidos como ciudadanos llevan adelante las prácticas correspondientes a esa condición. Jelin se pregunta (p. 154): ¿en qué espacios o ámbitos se construye la ciudadanía? ¿en cuáles relaciones sociales? ¿frente a qué instituciones? ¿respecto a qué demandas? ¿con qué contenidos? ¿cómo se aprende a ser ciudadano?

También en el caso que nos ocupa, ya en el ámbito de la relación entre los dirigentes y la población, cobra relevancia lo que Paré y García (2018) establecen como una relación entre los científicos y los activistas, como un hecho que se comprueba en nuestro caso de estudio y que se expondrá posteriormente. Esto muestra o prueba la relación que se establece entre la transferencia de conocimientos “nuevos” hacia el grupo o los grupos de activistas involucrados en el proceso social de cambio en la gobernanza del agua en las ciudades. Por la importancia que tiene el “seguimiento constante”, Paré y García (2018) conceden que este, a la vez, que necesario, es ineludible para el mejoramiento del fenómeno en estudio y que también a la vez sirve como un “laboratorio social” bajo la perspectiva que lleva la problemática del agua a nivel regional.

Proceso y factores que determinaron la privatización del organismo operador llamado SAPARA⁸

El Sistema de Agua Potable y Alcantarillado de Ramos Arizpe (SAPARA) fue creado mediante una Ley publicada en el Periódico Oficial del Estado de Coahuila el 15 de junio de 1999. Según Ernesto Saro Boardman y Ricardo Aguirre Gutiérrez, quienes fueron presidentes municipales

⁸ Este apartado y el siguiente tienen como fuente íntegra el trabajo de la Dra. Tobón, coautora en este estudio, citado en la bibliografía.

en los períodos 2002-2005 y 2006-2009 respectivamente, SAPARA había sido siempre un organismo superavitario, a lo cual contribuyen los pagos de sus clientes industriales, quienes pagan una tarifa más alta que el resto de los usuarios. La disponibilidad de agua no era un problema para Ramos, sin embargo la eficiencia de cobranza para los usuarios domésticos era baja. El alcalde Ricardo Aguirre firmó en 2008 un contrato con Inter-Agbar de México (IAM), socio privado de Aguas de Saltillo, para que esta compañía se encargara de la facturación y cobranza a partir del 1 de junio de ese año. Durante la presidencia de Aguirre, IAM recibió puntualmente sus pagos, pero desde que tomó posesión Ramón Ocegüera, en enero de 2010 el Municipio incumplió con esta obligación, por lo que la empresa tomó la decisión de salir de Ramos Arizpe a mediados de 2011, llevándose consigo toda la información de los usuarios de más de tres años, lo que causó muchos trastornos en la facturación subsecuente de SAPARA. El adeudo aproximado del municipio con IAM era de cinco millones de pesos. Esto dio entrada a la privatización del servicio de agua de Ramos Arizpe, que se oficializó a finales de 2012.

El proceso que condujo a la formación de la empresa mixta en Ramos fue muy opaco. Se inició con la presentación que hizo el alcalde priista Ramón Ocegüera al Cabildo en la reunión del 10 de julio de 2012. El tema de la privatización del sistema de agua no se había ni siquiera mencionado en la Comisión del Agua; no estaba agendado en la reunión del Cabildo y fue presentado en Asuntos Generales, por lo que el Presidente de la Comisión mencionada (del PRI) y las dos regidoras del PAN emitieron su voto en contra.

El alcalde señaló que SAPARA presentaba los siguientes problemas estructurales que ocasionaban fallas operativas y administrativas: a) rezago en inversión; b) 21,150 tomas, de las cuales sólo 29 % (alrededor de 6,000) tenían medidores instalados; c) mal estado de las redes; d) operación enormemente compleja del sistema de agua; e) bajas eficiencias física y de cobranza (la eficiencia global era de 21.6 %); f) suministro de 312 litros diarios por persona (o 28.61 m³ por toma al mes), lo cual no era confiable; g) sobre-explotación y profundidad cada vez mayor de los niveles de los pozos; h) necesidad de buscar nuevas fuentes de suministro, por la sequía; e i) falta de dinero y de conocimientos específicos y profesionales del sector para resolver los rezagos y atender la demanda presente y futura.

El alcalde Ocegüera también indicó que: a) se había determinado que la constitución de una empresa paramunicipal de servicios, que incluyera como socios al Gobierno del Estado, al municipio de Ramos Arizpe y a la empresa mixta Aguas de Saltillo (AGSAL), sería el punto de partida del proceso de cambio operativo que se requería; b) el municipio de Saltillo y la empresa paramunicipal Aguas de Saltillo, habían manifestado la intención de incorporarse en la búsqueda de la solución al problema del agua de Ramos Arizpe; y c) parte importante del éxito del modelo de Aguas de Saltillo se debió a la participación de la ciudadanía en su proceso de constitución y a la interacción en su Consejo de Administración. Este último punto carece de veracidad: la ciudadanía no participo en el proceso y en el Consejo de Administración, los únicos representantes “ciudadanos” son –y siempre han sido– empresarios.

Pero no todo estaba bajo el control del alcalde Ocegüera. En el periódico saltillense Vanguardia (2012), se informó: “Con leyendas como ‘Pimentel vende lo tuyo, no vendas lo ajeno’, ‘Jericó, Ramos no necesita tu ayuda’ o ‘Pimentel ya no HAGAS sufrir al pueblo de Coahuila’, los inconformes intentaron hacer que sus consignas llegaran hasta el salón de la

Universidad Tecnológica de Coahuila (UTC), donde se realizaba el Foro Reuso Integral de Aguas Residuales de Saltillo, Ramos Arizpe y Arteaga. Durante más de media hora estuvieron apostados afuera de la UTC en espera de que se le dieran respuesta a sus peticiones y a través de sus líderes Noé Trejo Márquez y Guadalupe Orocio aseguraron que harían lo posible por impedir la entrada de la nueva empresa. Ambos manifestaron que la desaparición de SAPARA generará más problemas que soluciones, pues los cobros aumentarán significativamente para los pobladores de Ramos Arizpe. Al percatarse que el Secretario de Gestión Urbana, Agua y Ordenamiento Territorial no estaba presente en el evento, los manifestantes comenzaron a retirarse del lugar llevándose las pancartas”.

Gaytán (2015) dio cuenta de otro evento de protesta de la ciudadanía ramosarizpence: “Entre las 9:00 y 11:00 horas de este viernes 10 de agosto, un grupo de ciudadanos clausuró simbólicamente las instalaciones del Sistema de Agua Potable y Alcantarillado de Ramos Arizpe (SAPARA), en rechazo a la privatización de la administración del recurso. Vecinos de Ramos Arizpe, miembros del Comité ProDefensa del Agua y del Colectivo Autónomo Ixaya, colocaron anuncios con la palabra ‘clausurado’ sobre la entrada principal, además de colgar una manta con el mensaje ‘El agua no se vende, el agua se defiende. Unete’ ... Aunque en principio los manifestantes solicitaron una audiencia en persona con el alcalde Ramón Ocegüera, el secretario dijo que hablaría personalmente con él para informarle sus quejas. Le fue entregado un documento en el cual, además de presentar los datos personales de los quejosos, le solicitaban al edil una explicación sobre la privatización que se pretendía realizar. Y es que mientras la administración municipal afirma que de ser así se podría eficientar el servicio, los ciudadanos, como Mayra Verástegui o Juana Gómez, aseguran que es una táctica amañada, pues sí hay agua, pero no la distribuyen como debe ser, no por falta de capacidad, sino por corrupción...Además, comentaron que, en muchas ocasiones, los recibos de facturación llegan hasta con dos meses de retraso. Durón (secretario del Ayuntamiento) explicó que es la segunda vez que se les brinda atención, y que a la fecha no ha habido más información sobre la intervención de Aguas de Saltillo en la administración del vital recurso de Ramos Arizpe. Uno de los inconformes señaló ‘Hay una carta que enviamos al Cabildo y todavía no tenemos respuesta’. “Será hasta hoy por la tarde, cuando se tenga una respuesta por parte de Ocegüera, que les será informado a los inconformes”., dijo Durón.

La transcripción de noticias de prensa que se está haciendo en este apartado son consideradas muy importantes, porque reseñan los pormenores en los que se han dado las fases de este proceso de privatización-remunicipalización, porque este caso que ocurrió en Ramos se puede repetir en otras ciudades. Ya lo hemos dicho: se requiere obtener la lección que el caso representa, con la mayor objetividad posible.

Castillo (2012) escribe: “En julio (2012 LAV), tras una serie de noticias que afirmaban la escasez del vital líquido en dicho municipio (Ramos Arizpe), se anunció la posibilidad de pasar el sistema de agua potable a la empresa paraestatal Aguas de Saltillo (AGSAL). Esto, afirma el alcalde Ramón Ocegüera, para garantizar el servicio a todos los ciudadanos. La verdad es que toda la transacción se está dando en la oscuridad y con declaraciones a medias. Para los miembros de la asociación civil AUAS (Asociación de Usuarios de Aguas de Saltillo) lo que pretende esta maniobra es abrir paso a la privatización de todos los sistemas de la entidad, lo que comenzó cuando Oscar Pimentel era alcalde de la capital del estado en el

período 2001-2003. Ahora, Pimentel ostenta el cargo de Secretario de Gestión Urbana, Agua y Ordenamiento Territorial en la Administración Estatal de Rubén Moreira, lo que presupone un plan de privatización del agua en donde los afectados serán los derechos y bolsillos de todos los coahuilenses. Gloria Tobón, integrante de AUAS, indica que la pretensión del municipio de Saltillo y de Aguas de Saltillo de adquirir el sistema de Ramos Arizpe viola la Ley de Aguas de Coahuila. Agrega que la gente de esa ciudad debe estar consciente de lo que le representa esto.... Durante la administración de Ramón Ocegüera se comenzaron a escuchar y ver noticias que hablaban del desabasto del agua en ese municipio, lo que, supuestamente, orilló al alcalde a tomar esa decisión de privatizar el organismo operador, aunque con el escepticismo de algunos grupos sociales. “Hay grupos de personas, gente de partidos de oposición, incluso del Partido Revolucionario Institucional, pero desde antes de la votación del cabildo nos hablaron (a miembros de AUAS); querían información porque se escuchaban rumores de la privatización. Nos reunimos con ellos en la plaza Venustiano Carranza y al día siguiente fueron a la Presidencia Municipal a reclamarle al alcalde el problema de la falta de agua. La dirigencia del PAN quería escuchar nuestra experiencia, pero les recalcamos que la gente de Ramos (Arizpe) es la que debe actuar, tienen que hacer acciones. Nuestra labor en Ramos es compartir nuestra experiencia e información a la gente y a los medios. Desde que estaba Ricardo Aguirre, alcalde anterior al actual, se contrató a Aguas de Saltillo para la cobranza, y aparentemente no funcionó. Ahora ya quieren entregar el sistema completo”, indico. Gloria Tobón mencionó que el problema de la falta de agua puede tener otros medios de solución además de la privatización. Sin embargo, expresa su preocupación debido a que ahora no sólo la empresa española Aguas de Barcelona tiene metidas las manos en el agua de Saltillo... Rodolfo Garza (miembro de AUAS) afirma que se planteó desde meses atrás, quizá años, una estrategia para dejar caer el SAPARA y entregarlo a los extranjeros. ‘Poca gente lo sabe, pero nosotros lo hemos dicho; también en Saltillo dejaron caer el sistema un año antes, y estuvieron cabildeando y negociando con Pimentel. Estaba tan mal el sistema que pidieron ayuda a la Comisión Nacional del Agua, y le dieron 80 millones antes de privatizarlo. Dejaron caer el sistema, consiguieron dinero, se lo inyectaron al sistema, perforaron varios pozos y luego se lo entregaron a los españoles, con la inversión recién hecha. También en Ramos Arizpe dejaron caer el sistema, perforaron varios pozos e inyectaron dinero, ahora sí se lo van a entregar a AGSAL. Alguna autoridad se beneficia al hacer estas transacciones de traición a los ciudadanos’ ... En Ramos Arizpe, a pesar de las manifestaciones de los ciudadanos, los cuales incluso realizaron una clausura simbólica de las oficinas de SAPARA, las negociaciones con AGSAL siguen en camino. Oscar Pimentel, Secretario de Gestión Urbana, Agua y Ordenamiento Territorial, insiste en que no es privatización sino asociación. ‘Es una asociación pública, por lo pronto es para atender la contingencia y no estamos hablando de cambiar el sistema operador’, asegura. Sin embargo, los manifestantes y la Asociación de Usuarios de Aguas de Saltillo señalan que no es necesaria la inversión privada, al sostener que los ductos de agua han sido cerrados de manera intencional. Los opositores a la inversión privada en los sistemas de agua dicen que el alcalde de Ramos Arizpe, Ramón Ocegüera, no los ha recibido y que el gobierno no los ha tomado en cuenta para determinar qué empresa prestará el servicio”.

En la reunión del Cabildo que tuvo lugar el 18 de octubre de 2012 se aprobó por mayoría (con dos votos en contra y una ausencia) la creación de la empresa mixta Aguas de Ramos Arizpe (AGRA), de la cual se esperaban recibir los siguientes beneficios, según quedó

establecido en el acta: a) garantizar la potabilidad del agua; b) otorgar facilidades para pago de medidores; c) regularizar la prestación del servicio y garantizar el abastecimiento del agua potable; d) disminuir notablemente las fugas de agua potable; eliminar las tomas clandestinas de agua potable y g) garantizar que las tarifas no representarían un incremento considerable en perjuicio de los usuarios. Se autorizó al Presidente Municipal y al que fuera designado como Gerente General de la empresa para suscribir los contratos necesarios para la puesta en marcha del modelo de modernización.

Aunque el alcalde Ocegüera indicó desde el inicio del proceso que éste debería hacerse de la mano de la sociedad, lo cierto es que no informó, ni respondió, ni consultó en ningún momento a los ciudadanos; tampoco veló por sus intereses, ni quiso recibir a los que se organizaron contra la privatización.

Gestión de la empresa privatizada AGRA y factores que detonaron la movilización ciudadana que logró expulsar a AGRA de Ramos Arizpe.

La empresa mixta (privatizada) Aguas de Ramos Arizpe (AGRA), con participación de Ramos Arizpe (51 %), AGSAL (48 %) y CEAS-Coahuila (1 %), empezó a operar el 1 de enero de 2013. Desde el inicio de sus operaciones, la voracidad de AGRA –aún mayor que la que su socio AGSAL había mostrado en Saltillo- se hizo evidente y creó un gran malestar en la población, principalmente por los siguientes motivos:

- Se homologaron inmediatamente todas las tarifas por consumo y por servicios diversos con las de Saltillo, las cuales eran del doble o más que las de Ramos.
- Se aplicaron los mismos conceptos de cobro que en Saltillo, algunos de los cuales no estaban contemplados en Ramos, por ejemplo: cambio de medidores y de tomas domiciliarias, y riegos de plazas y jardines públicos.
- A los mini y pequeños comerciantes se les aplicó la tarifa comercial, más cara que la doméstica que pagaban.
- Se cobró el agua a los usuarios gubernamentales (lo que no hacía SAPARA), aplicando las mismas tarifas de los usuarios industriales.
- Se reclasificaron muchas colonias para aumentar las tarifas, y se incrementó el consumo mínimo para todos los usuarios que no tenían medidor –la mayoría- con excepción de los populares (13 m³/mes para los de interés social, 20 para los residenciales y 24 para los comerciales, industriales y gubernamentales), por lo que los recibos de agua aumentaron hasta el cuádruple en algunos casos.
- Los adeudos cobrados por AGRA fueron exorbitantes (hasta de varias decenas de miles de pesos para usuarios populares), y discrecionales (con una gran variación para usuarios en circunstancias semejantes).

Durante los más de 15 meses de su gestión, AGRA no cumplió con las peticiones explícitas que le había hecho el Cabildo, especialmente: garantizar la potabilidad del agua de abasto, asegurar que las tarifas no representaran un incremento considerable en perjuicio de los usuarios, reducir las fugas y garantizar el abasto de agua potable. La gestión de AGRA se caracterizó, además, por su falta de transparencia; la empresa no publicó durante el período

en que manejó el sistema de agua la Información Pública de Oficio requerida para los organismos públicos. La eficiencia de cobranza sí aumentó debido a los cortes de agua que realizó la empresa a los usuarios con adeudos de más de dos meses, a los cuales se les cobró también un cargo por reconexión de más de \$200.

En la Memoria 2013, el Gerente de AGRA menciona los siguientes logros durante el primer año de operación: a) contar con 21 horas de servicio medio diario; b) realizar mantenimiento en todos los pozos; c) incorporar (cinco) nuevas fuentes; d) contar con una estructura organizativa funcional, además de herramientas para la correcta gestión de los servicios; e) avanzar en la instalación de macro y micro medición; y f) lograr la cloración del 100 % del agua.

Entre los retos pendientes que dejó AGRA se indican: a) no se implementó un tratamiento de agua de abasto para eliminar los excesos de nitratos y sulfatos; b) no se realizó una búsqueda de nuevas fuentes para garantizar el crecimiento futuro de la ciudad y su zona industrial, y c) no se realizó la dotación de tecnología al servicio y certificación de los procesos en normas de calidad.

d) El costo social de la privatización del organismo operador fue muy grande, como lo demuestran un gran número de artículos de periódico que se publicaron en el período de enero de 2013 a abril de 2014, los cuales señalaban un gran malestar de la población. e) Además, un número importante de ramosarizpences presentaron quejas a la Comisión de Derechos Humanos del Estado de Coahuila (CDHEC), a la Secretaría de Salud de Coahuila (SSC) y a la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO); y varios amparos por violaciones al derecho humano al agua. Cabe anotar que, para frustración de los usuarios del agua, no se obtuvo respuesta de la CDHEC ni de la SSC; PROFECO atendió parcialmente algunas quejas, y la mayor parte de los amparos fueron sobreseídos por “falta de interés legítimo” de los amparados.

En julio de 2013 hubo elecciones para alcalde en Ramos Arizpe. Todos los candidatos recibieron la petición –que prometieron cumplir- de remunicipalizar el sistema de agua, en caso de ser elegidos. La elección la ganó Ricardo Aguirre, del PRI, quien tomó propuesta el primero 1 de enero de 2014. El Cabildo aprobó la remunicipalización del sistema en su primera sesión; y el 11 de abril aprobó la creación de la nueva empresa municipal Compañía de Agua de Ramos Arizpe COMPARA.

Las negociaciones para remunicipalizar el sistema de agua de Ramos Arizpe no fueron sencillas. Aparentemente Aguas de Saltillo se resignó a dejar de manejar el organismo operador de Ramos, negocio que le había resultado rentable, y en el que los funcionarios de AGSAL que participaron, recibieron compensaciones o sueldos muy elevados. Finalmente Aguas de Saltillo accedió a retirarse tras la promesa de recibir \$24 millones de pesos por sus acciones, por las cuales había aportado sólo \$ocho millones 15 meses atrás.

Gestión de la empresa remunicipalizada COMPARA

El primer Gerente de COMPARA Rubén Darío Zertuche, se comprometió a dotar el servicio de agua a un precio justo, sin excepción y sin condiciones, para lo cual aplicó descuentos en

algunas de las tarifas y en los adeudos de los usuarios, y prometió no cobrar por concepto de medidores y tomas domiciliarias.

Según Verástegui (2023), regidora del Cabildo de Ramos Arizpe para el periodo 2022-2024, y Presidenta de la Comisión del Agua del Cabildo, COMPARA presenta la siguiente situación en la actualidad:

- El sistema tiene 31,028 usuarios totales, de los cuales 15,095 cuentan con adeudo (48 %), sin contar los conectados irregularmente, que se desconoce cuántos sean y no pagan servicio; el monto del adeudo es de \$44,362,428.00 M.N.. El año 2021, se hicieron 324 convenios de pago por adeudo, de los cuales 92 pagaron totalmente; (Según nota de prensa del 6 de julio de 2023, COMPARA informa que el sistema tenía 32 mil 250 usuarios y 54 pozos operando Montalvo 2023)
- Del año 2019 al 2021, la fuente de abastecimiento de agua para la ciudad de Ramos era de 50 pozos, 6 rebombes, con una aportación de 470 litros por segundo a la red de agua potable. No se ha publicado información sobre estudios geohidrológicos.
- Falta de regularización de usuarios del sector habitacional y comercial;
- Usuarios sin contrato;
- Usuarios sin medidores;
- Usuarios con conexiones irregulares;
- Usuarios con adeudos;
- Se niega COMPARA a recibir pagos ante la falta de medidor;
- Hay cortes de suministro de agua;
- Hay medidores “fallados”.
- Hay fugas de agua potable que la gente reporta por teléfono, redes sociales, personalmente en COMPARA; los usuarios se quejan de hacer reportes y que la empresa no pasa a arreglar; otros comentan que no les contestan el teléfono. El gerente explica que existe rezago en atención a los reportes debido al aumento de volumen de agua;
- Varios sectores de la ciudad no cuentan con abasto continuo. En el sector poniente existe el mayor problema; es el menos regularizado en cuanto a contratos y medidores; en donde existen más conexiones irregulares; no pagan servicio y esto se traduce en falta de ingreso para mantenimiento de la red o nuevas inversiones;
- En el año 2019 (febrero), hubo quejas de los colonos por recibir del sistema, agua contaminada con azufre o sulfato; las familias insisten en que el agua es inaceptable porque despidе olor nauseabundo, presenta mal aspecto, y en ocasiones, sabor desagradable; el olor desagradable queda impregnado en la ropa luego de lavarla y en el cuerpo después de haberse aseado;
- El año 2022 se reportaron fétidos olores derivados el exceso de azufre en el agua potable los cuales afectaron la colonia Parajes de los Pinos, en el surponiente de Ramos Arizpe en donde salió de las llaves de paso agua café y de mal olor. De acuerdo con vecinos del sector,

la contaminación del agua se ve reflejada en el exceso de sarro que se acumula en las mangueras que sirven para distribuir el vital líquido en los hogares ramosarizpences;

- El 27 de mayo de 2022 se tomaron los siguientes acuerdos: sobre los adeudos, que se otorgaran mayores plazos de pago en los convenios, lo cual no ha sucedido; sobre las cláusulas del contrato, se acordó hacer cambios en la redacción acorde a la Ley de Aguas y que sea claro para el usuario; en cuanto al costo del medidor, se otorgará en pagos de hasta 6 meses con cargo en el recibo, como establece la Ley de Aguas de Coahuila en su artículo 60; que la instalación de los mismos sea en el corto plazo después de pagarlos; así, se tendría un mejor control en cuanto a consumo y pago;
- En cuanto a las medidas a tomar para mejorar el sistema, se propone fomentar la conciencia en la gente para el cuidado del agua, mediante campañas exhaustivas; regularizar a la mayor parte de la población; aplicar la Ley de Aguas Estatal; incentivar a los usuarios cumplidos y transparentar el manejo del sistema.
- Otras soluciones posibles son: proponer convenios flexibles en los plazos de pagos; pagar el medidor en el recibo de agua en mensualidades y llevar a cabo una inspección exhaustiva en domicilios para detectar conexiones irregulares y fugas en campo;
- Durante noviembre y diciembre de 2022 se dieron incentivos para regularizarse, con pagos al 50 % del adeudo total;
- En cuanto a la transparencia del sistema, en la Sección “Estudios sobre la calidad del agua” se muestran análisis químicos de ocho indicadores para los pozos Analco I y Analco II en los años 2015 y 2016; Se presentan detalles del programa de explotación y estudios de mantos acuíferos que no son explícitos para los lectores de los mismos.

Conclusiones

Con el listado de problemas y propuestas que anteceden a estas líneas, uno se pregunta cómo gobierna el agua la empresa mixta COMPARA. Si la retirada de la empresa AGRA fue un movimiento triunfante llevado a cabo por la movilización social de la población ramosarizpence, impulsada por un puñado de ciudadanos, ¿qué lectura o lecturas podemos dar a este interesante proceso social? Una de las lecciones que deja ver esta experiencia de movilización ciudadana es que, al no haber en la actualidad el liderazgo o el sujeto social que pudo encabezar la expulsión de AGRA y la remunicipalización del sistema, la gestión del agua en la ciudad queda a la deriva, pues no existen contrapesos ciudadanos organizados que propongan acciones de mejoramiento de la gestión y colaboren con la nueva empresa para sacarla adelante, dados los difíciles retos a los que está enfrentada. Se dice esto ante la situación probada de que, dejada la administración pública a la burocracia misma, no existe garantía de que esta lleve a cabo una gobernanza eficaz, bien sea en lo que se refiere a la operación de los servicios básicos, como a la administración de los mismos.

En el análisis de esta experiencia, retomaremos, aunque sea de manera resumida, las tres fases del proceso de privatización/remunicipalización: la primera, donde el gobierno municipal pretende privatizar el organismo operador SAPARA, empresa pública del sistema municipal, y surge la organización ciudadana para oponerse a la privatización de este organismo; la segunda, caracterizada por la administración del sistema a cargo de la empresa

mixta AGRA, en donde la inconformidad ciudadana se da en el periodo electoral para elegir alcalde, proceso en el cual, la ciudadanía inconforme, en los mítines de campaña, pidieron a cada uno de los candidatos que se comprometieran a remunicipalizar el sistema, lo que ocurrió con el triunfo de Ricardo Aguirre; y la fase actual, referida a la gestión del sistema bajo la gestión de la empresa COMPARA.

Para documentar la primera fase (lucha por evitar la privatización del sistema), se aplicó un cuestionario a dirigentes que encabezaron esa lucha, y se revisaron las notas de prensa disponibles sobre el tema. Anteriormente en este documento se señaló que encabezaron la movilización ciudadana un grupo no mayor de 10 personas, entre ellas Carlos Perales (QEPD), Laura López Ayala, Ana Cecilia Romero Corral, Mirna Orozco, Juanita H Gómez Mares, Chelo Parra, Noé Trejo Márquez y Guadalupe Orocio, entre otros. El movimiento ciudadano utilizó todas las prácticas de movilización posibles como la difusión de la causa entre grupos de vecinos, perifoneo por las calles, “correr la voz”, entregar volantes, difundir información por los periódicos y por la tv. Al principio iniciaron, como ya se dijo, unas 10 personas, pero terminaron como 80 o cien. Desafortunadamente en la nueva etapa de operación de la empresa COMPARA (tercera fase del proceso de privatización), no existen ni personas ni grupos o colectivos ocupados en vigilar o monitorear el desempeño de esta empresa.

Propuestas

Resulta altamente relevante derivar algunas lecciones que pueden ser de interés para quienes están preocupados no sólo por la problemática relativa a la escasez regional del agua, sino para discernir sobre las alternativas de gestión o gobernanza de los servicios de agua potable y alcantarillado de nuestras ciudades.

En estudios subsiguientes que son ampliamente recomendables, es importante incluir todas las dimensiones importantes sobre la gobernanza del agua: la económica, social, cultural, ambiental y político institucional, en sus procesos sostenibles de preservación reproducción y continuidad.

La forma de acercarse a plantear lo que puede considerarse la lección fundamental que enseña el caso del sistema de Ramos Arizpe, es poner en el centro del planteamiento la gobernanza del agua. Desde que se tuvo noticia de la intención de privatizar el sistema, surgieron las primeras manifestaciones de inconformidad, algunas de las cuales han sido mencionadas en este trabajo. Uno de los rasgos propios de este período es la evasión oficial para informar a los ciudadanos sobre la intención y las negociaciones entre políticos y los directivos de AGSAL, sobre la privatización del sistema de Ramos Arizpe, todo a nivel cupular.

De igual modo se concretó la aprobación de la privatización del sistema en reunión de Cabildo, siendo que el asunto no formó parte del orden del día de la sesión, indicando la intención deliberada de asegurar el acuerdo para el que se contó con la mayoría priista en el Ayuntamiento de la ciudad. Una vez que comenzó a operar la empresa mixta AGRA y empezaron a operar las medidas y procedimientos de facturación y exigencia para lograr la eficiencia de cobranza, bajo la experiencia que aplica AGSAL en Saltillo, comenzó a crecer la inconformidad ciudadana ante la voracidad de AGRA.

Aquí son relevantes las orientaciones de Castro (2006b), que sirven como referencia para valorar la forma en que actuaron el oficialismo y los españoles, como una manera de apreciar la brecha entre lo que puede ser una gobernanza ciudadanizada del agua, y otra de tipo autoritario como el que se concretó en lo que hemos llamado las dos primeras fases del proceso de privatización/remunicipalización de Ramos Arizpe. La ciudadanía ramosarizpenca puede valorar hasta qué punto se ha podido ejercer el derecho humano al agua, valorar cómo se gobierna el agua, quién la gobierna, cómo se decide sobre “sus servicios esenciales”, y con qué procedimientos se implantan los cambios de la política del agua en el ámbito local (Tarragosa *et al* 2006).

La forma autoritaria en el proceder de los niveles oficiales y empresariales estuvo en el fondo de la inconformidad de la población ramosarizpenca. No obstante la apatía, lo “agachona” de la población, como fue calificada por una dirigente, cuando la distancia entre población y autoridades se agranda, identificada como la desatención a los intereses más elementales de la población, “surgen” actores sociales proactivos que encabezan la inconformidad de la ciudadanía y logran alcanzar las metas que se persiguen (expulsión de AGRA). Pero, según la perspectiva de cualquier fenómeno social de este tipo, si la remunicipalización no ha superado las metas o retos que ha tenido el sistema, estaríamos bajo una fase de acumulación de limitaciones en la operación de COMPARA, la empresa remunicipalizada, en la esperanza del surgimiento de una nueva camada de “actores sociales” proactivos que encabezan una nueva etapa en la perspectiva de superar los principales problemas de la operación de esa empresa, asegurando un “seguimiento constante” en la identificación del fenómeno de gobernanza del agua (Paré y García (2018).

Estos autores encontraron que una movilización ciudadana en defensa del agua se da en la fusión de científicos y activistas, en la que los primeros aportan conocimientos nuevos que retoman los activistas para realizar prácticas y mecanismos de presión buscando alcanzar sus objetivos. Este comportamiento de los cambios de la política del agua en Ramos, sugeriría una especie de movimiento pendular, o, si se acepta, la realización de una “Ley del Péndulo”. Toda esta argumentación, intenta demostrar nuestra hipótesis de trabajo de proponer que, sin un “sujeto social” en el sentido de la Sociología, no hay seguridad de continuidad de un proceso de cambio para mejorar las condiciones económicas y sociales de la población.

Referencias

- Aguilar, Alonso** (2002). Globalización y capitalismo. Plaza & Janés. México. México, S.A. de C.V.
- AUAS** (2012). “Cuestionamientos al Proceso de Privatización del Agua en Saltillo-AUAS”, disponible en: <https://es.scribd.com/doc/111674785/cuestionamientos-alproceso-de-privatizacion-del-agua-en-Salttillo-AUAS>. 14 de julio de 2023.
- Castillo, D.** (2012). “Privatizan agua en Coahuila”. *Contralínea*. Octubre 3 de 2012.
- Contreras, Hugo** (2006). ¿Tienen los Organismos de Agua en México los Incentivos para lograr una Gestión Eficiente de los Servicios de Agua Potable, Alcantarillado y

Saneamiento?. México. Universidad de Guadalajara. En: La gestión del agua urbana en México –retos, debates y bienestar-. David Barkin coordinador. Pp. 75-101

Gaytán, C. (2012). “Protestan en Ramos Arizpe por privatización del agua”. *Vanguardia*, 29 de septiembre.

INEGI. 2020. “Cuéntame.inegi.org.mx”. Consultado el 8 de julio de 2023.

Juanita Gómez Mares, dirigente del movimiento pro defensa del agua de Ramos Arizpe. 14 y 26 de junio de 2023. (Entrevista)

Montalvo, A. (2023). “Garantizan agua en 128 colonias”. *Zócalo Saltillo*. Sección Ramos Arizpe. Página 5C.

Paré, Luisa y García Helio (2018) Coords. Conclusiones. Gestión para defensa del agua y territorio en Xalapa, Veracruz. México. Instituto de Investigaciones Sociales/UNAM. Sendas, A.C. Pp 200-210.

Salgado, J. Amalia (2019) El estudio del acceso al agua a través de la construcción de la ciudadanía. En: El estudio del agua en México. Nuevas perspectivas teórico-metodológicas. Perló y Zamora (Coordinadores). México. Instituto de Investigaciones Sociales/UNAM. Pp 151-182.

Tobón, Gloria (2015). Privatización y remunicipalización del organismo operador de Ramos Arizpe, Coahuila. Asociación de Usuarios del Agua de Saltillo AUAS, A.C.

Verástegui, Mayra (2023) Presidenta de la Comisión de Agua Potable del Ayuntamiento de Ramos Arizpe. Elementos principales de la problemática del agua en Ramos Arizpe. Power Point. 23 de marzo de 2023.

Innovación social y competitividad de las MiPyMEs artesanas de San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca

Leobardo Daniel Cruz García¹

Maricela Castillo Leal²

Antonio Miguel Ramírez Jiménez³

Resumen

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) son un actor clave para el desarrollo local principalmente en las zonas rurales, ya que un factor fundamental para el estudio de este tipo de empresas es el nivel de competitividad que poseen para hacer frente a los retos que se derivan de diferentes procesos como la globalización. Por ello, para este estudio se pretende analizar la incidencia de la innovación social en la competitividad de las MiPyMEs artesanas de San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca.

La innovación social se ha convertido en un tema relevante y estudiado en diferentes disciplinas demostrando que su aplicación deriva en soluciones creativas a problemáticas desatendidas por los mercados o por los gobiernos, lo cual repercute de manera directa en el desarrollo local.

Las MiPyMEs artesanas de San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca mantienen diferencias en cuanto a sus modelos operativos con lo cual se denota la desigualdad de la innovación social aplicada en cada una de ellas, repercutiendo en diferentes aspectos que permean en su competitividad.

A través de un método mixto se analizará la relación entre estas dos variables que en primer momento se desenvuelven en ámbitos diferentes, una en el entorno económico (competitividad) y la otra en el social (innovación social). Al momento se cuenta con hallazgos derivados del trabajo de campo aplicado mediante técnicas cualitativas, lo cual posibilita generar algunas primeras deducciones sobre la relación de las variables.

Conceptos clave: 1. Innovación social, 2. competitividad, 3. MiPyMEs artesanas.

Introducción

Las micro, pequeñas y medianas empresas artesanas (MiPyMEs artesanas) representan un alto valor para Oaxaca, no solamente en términos económicos por representar en ocasiones la principal fuente de ingresos familiar, sino también en aspectos culturales y sociales, al preservar valores, procesos y productos históricos.

Crear artesanías es un proceso que se ve vinculado con diversas categorías del desarrollo humano: cultura, economía, desarrollo social, educación, hasta ciencia, esta

¹ Mtro. Leobardo Daniel Cruz García, TecNM/Instituto Tecnológico de Oaxaca, ige.leobardocruz@gmail.com

² Dra. Maricela Castillo Leal, TecNM/Instituto Tecnológico de Oaxaca, cleal@itoaxaca.edu.mx

³ Dr. Antonio Miguel Ramírez Jiménez, Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Oaxaca, antonio@ramirezjimenez.com

actividad es vista como “arte” pero también es considerada “negocio” el cual debe mantener y preservar estándares de eficiencia, calidad, innovación, entre muchos otros factores para hacerlo competitivo y lograr un lugar en el mercado (Hernández et al., 2002).

A pesar de que la producción y comercialización de artesanías es una de las principales actividades económicas del estado de Oaxaca, también presenta una gran diversidad de problemas, iniciando con la desinformación sobre el sector, los bajos niveles de producción por el tiempo invertido, las dificultades de distribución y comercialización de los productos, las complicaciones para obtener los insumos o materias primas, entre muchas otras problemáticas que no son solamente de carácter económico como el bajo reconocimiento y prestigio social de los productos (Rojas et al., 2017).

Las MiPyMES artesanas también presentan problemas y necesidades sociales que deben ser atendidas, una de ellas que es sumamente alarmante y que no solamente afecta en términos económicos sino también impacta directamente en la calidad de vida de los artesanos y sus familias, es la desigualdad de los modelos operativos de estas empresas.

Tal es el caso de las empresas artesanas de San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca donde uno de los modelos es promovido por el individualismo y otro por el trabajo colaborativo, los cuales marcan disparidades en el crecimiento y desarrollo empresarial repercutiendo en su nivel de competitividad.

Estas empresas se caracterizan por ser un espacio en donde la creación de artesanías se ve vinculada con las creencias, expectativas y estrategias, que se crean a partir de las experiencias pasadas y donde el generar un cambio representa un proceso sumamente complejo. Para llegar a la implementación de nuevas alternativas (prácticas innovadoras), los artesanos deben reconocer que éstas sean “valiosas” y que generen un beneficio tangible, no solamente para ellos, sino también para su familia y con esto mejorar su calidad de vida (Hernández et al., 2007).

En el campo académico y científico se ha discutido un elemento que actúa para el diseño de alternativas o estrategias que den solución a los problemas sociales desatendidos, buscando y persiguiendo el crecimiento o desarrollo del elemento o ámbito en donde se ejecuta, el cual es la innovación social.

Aún en la actualidad, no se ha llegado a un consenso sobre la definición y elementos o factores que inciden o determinan a la innovación social por el alto nivel de multidisciplinariedad del concepto (Savall, 2022). Esta transversalidad en diversos campos orilla a que existan huecos o espacios vacíos en el conocimiento sobre el rol, nivel, características, dimensiones y efectos de la innovación social en una actividad económica específica, como lo es la producción y comercialización de artesanías en un contexto local determinado.

Para Millard (s.f.) (citado en Ortega-Hoyos y Marín-Verhels, 2019) la innovación social promueve la participación de diferentes actores locales que se convierten en beneficiarios directos de la misma, incitan nuevas formas de relaciones sociales que se demuestran mediante distintos modos de colaboración y de redes de trabajo y de comunicación que al mismo tiempo propician la generación de estrategias y fortalecimiento de capacidades y competencias individuales y colectivas de los actores.

Aunque la innovación social podría ser un elemento potencialmente favorecedor de la competitividad de las MiPyMES artesanas, ésta promovería la solución de problemáticas que repercuten en su desempeño, la idiosincrasia y la resistencia al cambio por parte de los artesanos junto con la dificultad de comprender las necesidades de su entorno y los problemas sociales de su actividad económica, conlleva a que no sea considerada y muchas veces ni siquiera aplicada.

La innovación social en las empresas artesanas se convierte en un elemento que fomenta las relaciones sociales permitiendo el intercambio de información, acrecentando la interacción entre los miembros de un grupo, persiguiendo un equilibrio en cuanto a los ingresos económicos y la protección de un patrimonio cultural y natural, sin embargo, normalmente se desconoce la forma y modos de implementación de dicha variable en las comunidades o grupo de actores (Puc-Cruz, et al., 2018).

Este proyecto de investigación se centra en una problemática de la realidad de San Antonino Castillo Velasco, en la que sus MiPyMES artesanas presentan desigualdades visibles que repercuten en la calidad de vida familiar y donde la innovación social representa potencialmente una oportunidad, no obstante, su nivel de aplicación y sus efectos sobre la competitividad se desconocen.

Sin duda, faltan estudios sobre la correlación entre muchas otras variables con la competitividad de este tipo de empresas, es por ello, que se requiere realizar una investigación sobre la relación y grado de incidencia de la innovación social en la competitividad de las MiPyMES artesanas y con esto comprender el vínculo entre los aspectos económicos y sociales de las actividades productivas que realizan.

Artesanías: elementos culturales de trascendencia social y económica

El concepto de artesanía se puede visualizar desde diferentes posturas, por ejemplo, desde una postura tecnológica es entendida como aquel elemento manual y con sentido artístico, vista desde la antropología representa una actividad sin afectaciones de especialización o división del trabajo y una perspectiva trascendental es la cultural donde es reconocida como el “arte popular” como aquellas actividades productivas de carácter manual elaborada desde la individualidad o la familia transmitidas por generaciones por tradición (Rodríguez, et al., 2021).

Las artesanías son reconocidas por su producción a mano de forma original que llega a fomentar cierta exclusividad de cada producto que se elabora, forman parte de la cultura de una comunidad y conllevan a su vez historia, identidad y tradición, estos elementos han sido estudiados desde una diversidad de las ciencias sociales y desde diferentes posturas para comprender la diversidad de elementos que conllevan para el desarrollo de una comunidad.

Las artesanías han ido evolucionando con el paso del tiempo al mismo tiempo que van adquiriendo más valor, no solamente un valor económico como artículo de compra-venta sino un valor social, histórico, cultural que cada vez es más añorado por los consumidores.

Como bien señala Rodríguez, et al., (2021), las empresas de artesanías son en su mayoría de carácter familiar basadas en tradiciones y costumbres de comunidades rurales

con limitada participación en los mercados y bajos niveles de producción y capacidad técnica, dando así cierto valor económico al producto, no obstante, las artesanías conllevan también y más importante un valor social como elemento preservador de la cultura, objetos de apreciación y de identidad comunitaria.

El que las artesanías principalmente se produzcan en comunidades indígenas con altos grados de marginación y alto rezago educativo explica que la producción carezca de aspectos técnicos para la gestión de negocios, lo cual conlleva a una diversidad de problemas productivos y de comercialización principalmente.

Las empresas artesanas simbolizan una fuente de ingreso familiar importante para las comunidades que a su vez forman parte del desarrollo económico regional, en nuestro país y principalmente en Oaxaca, donde encontramos desde grandes talleres con una gran diversidad de productos hasta artesanos independientes que carecen de un espacio físico donde ofertar sus productos y lo hacen en la vía pública.

Oaxaca es una región de asentamiento de dieciséis etnias que mayormente viven en situación de pobreza y marginación, cuya economía familiar en diversos casos se sustenta con la producción de artesanías derivadas de la alfarería, cerámica, textiles, madera, entre otros (Jiménez, 2018).

Las empresas de artesanías representan una parte fundamental del patrimonio cultural contribuyendo de forma directa a la identidad y representatividad de las comunidades principalmente de aquellas indígenas, estas unidades económicas mueven la economía regional y son punto de atracción para el turismo (Yta-Castillo y Sánchez-Medina, 2022); sin embargo, como todo producto, su existencia no garantiza su sostenibilidad en los mercados por lo que Ferro (2017) menciona que las artesanías deben fomentar la “innovación en valor” vista desde el sistema productivo y la cadena de valor, lo cual se logrará a partir de la formación de equipos interdisciplinarios que aporten al proceso productivo.

Los mercados y el mundo están cambiando y también las artesanías deben evolucionar para garantizar su permanencia y crecimiento en el sector económico, por lo que es importante que las y los artesanos empleen el uso de la innovación para generar nuevas estrategias que las conviertan en sectores más competitivos.

Innovación Social en las empresas artesanas

El mundo atraviesa por desafíos de carácter económicos, políticos y sociales que han dado pie a la incubación de la innovación social surgente como alternativa a las crisis mundiales, aumento de las desigualdades, calentamiento global, diversidad cultural, incluso por el origen de las nuevas enfermedades, entre muchas otras problemáticas (Camargo et al., 2017).

No es desconocido que nuestro planeta enfrenta grandes problemáticas que inciden en la calidad de vida de la humanidad, problemas que siguiendo la línea del desarrollo sostenible se catalogan en económicos, sociales y ambientales. La innovación social en sí misma por su connotación, dimensiones que la integran y ciencias que trasciende, se convierte en una alternativa para proporcionar soluciones.

La innovación social al igual que la sostenibilidad y la creatividad, está en un período de consolidación para convertirse en un eje prioritario en las agendas públicas y de gobierno, el desarrollo comunitario, la sostenibilidad ambiental, la exclusión social están siendo modificadas a través de intervenciones creativas generadas por este tipo de innovación (Martínez-Celorrío, 2017).

Temas como conciencia ambiental, igualdad de oportunidades, crecimiento económico, desarrollo, entre otros, se están convirtiendo en conceptos populares empleados por las personas en sus conversaciones diarias, compartidas desde una postura de carencias o problemas que son o pueden ser atendidos a partir de alternativas creativas originadas por la innovación social.

La innovación social se centra en las relaciones sociales con la finalidad de generar soluciones a los problemas que la humanidad más necesita (Camargo et al., 2017) con una definición omnicomprendensiva es la innovación social la que surge a partir de las demandas sociales que el mercado no puede satisfacer (Ariza-Montes, et al., 2016).

Para poder cumplir con sus fines y objetivos, la innovación de tipo social requiere del trabajo colaborativo y unión entre todos los actores involucrados de forma directa o indirecta en la problemática que se desee atender, ya que hace uso de las capacidades y habilidades propias de cada uno de ellos para potencializar los impactos.

La innovación social reconoce que para dar solución a las problemáticas mundiales es necesario que el sector público, privado y la sociedad civil se involucren, una innovación solo puede ser considerada de tipo social si se encamina al fomento del bienestar social y no a la generación de riqueza, es decir crear valor social con alternativas sostenibles en el tiempo susceptibles de réplica según el contexto donde se desenvuelva (Camargo et al., 2017).

La principal diferencia existente entre la innovación tradicional y la social radica en la finalidad, la primera busca y promueve mejores beneficios económicos, mientras la segunda está ligada directamente con mejorar las condiciones de vida de la población.

Las innovaciones sociales en contraste con la innovación tradicional producen cambios de gran relevancia social a través de movimientos sociales, el Estado, la iniciativa privada y las instituciones educativas se convierten en agentes y actores estratégicos para poder desarrollarla (Ramírez, 2020). Además, una innovación social debe considerar criterios éticos y de bienestar con vistas a un beneficio colectivo, empoderando a los individuos para actuar de manera cooperativa con confianza para la generación de una cultura de relaciones colaborativas (Martínez-Celorrío, 2017).

Se trata de trabajo en equipo, el ser humano por naturaleza es un ser social, esta innovación lo que busca es hacer uso de esa característica biológica y potencializarla para maximizar los beneficios que se pueden alcanzar. La presentación o manera de actuar de la innovación social es ampliamente variada, derivado de la transversalidad y amplia manipulación para ser aplicada a diferentes realidades y contextos, es por eso que como tal no se puede afirmar que esta innovación se presenta única y exclusivamente de una manera.

La subjetividad del concepto permite amplitud y diversificación de su entendimiento y de la forma en la cual se desarrolla, así como también de los efectos que provee, los cuales serán diferentes de acuerdo al contexto, objeto, método o enfoque que se utilice. Aún con la

amplia literatura e investigaciones realizadas son pocos los proyectos directamente enfocados en la innovación social de las empresas artesanas. Dentro de la investigación documental realizada, gran parte de los artículos publicados en esta materia se enfocan en la innovación social y el desarrollo de las comunidades, principalmente aquellas de carácter rural.

Si bien existe basta publicación de trabajos con enfoque en las artesanías o en la innovación social, son realmente pocos aquellos que las combinan, por ejemplo, Sanchis, et al., (2016) trabajó este tipo de innovación con la creatividad cultural como medios para el desarrollo haciendo uso de estudios de caso de empresas artesanas.

Con base en todo lo anterior se alude a que la innovación social puede ser empleada dentro de las empresas artesanas como herramienta para la generación de alternativas que solucionen o al menos disminuyan problemáticas comunitarias, entendiendo que este tipo de empresas cuentan con una gran cantidad de carencias y que sus productos contienen tanto un valor económico como un valor social.

Modelo de Innovación Social

La innovación social se puede aplicar haciendo uso de diferentes procesos considerados por variados autores y organizaciones, uno de estos enfoques es el propuesto por Wheatley y Frieze (2006). Véase gráfico 1.

Este modelo se centra en la existencia de la emergencia social que orilla hacia el cambio marcando su ciclo de vida a través de tres etapas, la primera comienza con el descubrimiento del poder que conlleva el trabajo en red, entendiendo las redes como una forma de autoorganización de los sistemas vivos reconociendo la interdependencia de los miembros, estas redes son indispensables para encontrar organismos con ideas o trabajos afines (Wheatley y Frieze, 2006).

Gráfico 1. Modelo de innovación social de Wheatley y Frieze



Fuente: Elaboración propia con base en Wheatley y Frieze, 2006

Las redes nos enseñan que más lejos de la necesidad de socialización o trabajo en equipo, el hecho de que personas u organizaciones se unan para algún fin común aprovechando las capacidades individuales y estableciendo objetivos conjuntos, son factores determinantes para el alcance de mejores resultados.

La segunda etapa es la generación de comunidades de práctica (CdP), las cuales surgen a partir de una red consolidada, es aquí donde los miembros se dan cuenta de los beneficios que se derivan de esa relación entre ellos, dentro de las CdP se involucra la compartición del conocimiento, apoyo mutuo y creación de conocimiento práctico. El compromiso y

participación dentro de estas comunidades busca el beneficio colectivo sobre el individual (Wheatley y Frieze, 2006).

Las redes involucran trabajo colaborativo y colectivo para el logro de objetivos grupales, las comunidades de práctica escalan hacia el siguiente nivel reconociendo que su incidencia y existencia impacta a su entorno, que promueven y comparten conocimiento social para el desarrollo o bien la mejora en la calidad de vida.

Por último, la tercera etapa de este modelo es la aparición de un sistema con poder e influencia, que transforma las prácticas de las comunidades en estándares que erradican la duda de su uso por otras comunidades o grupos mediante un sencillo aprendizaje (Wheatley y Frieze, 2006).

Este modelo tiene por objetivo la generación de estándares aplicables por agentes comunes o no comunes a partir de buenas prácticas, trabajo colaborativo y apoyo mutuo, dejando a un lado la individualidad para un sistema de pensamiento de unión y colectividad.

La innovación social en la competitividad empresarial

A pesar que tanto la innovación social como la competitividad han sido estudiadas desde diferentes enfoques y en diversas disciplinas, identificar documentos que las vinculen es un proceso que se dificultó derivado de los escasos trabajos que las relacionen.

En 2020 (Cruz, et al.) se desarrolló un estudio acerca de la calidad, competitividad e innovación social y productiva en las empresas medianas de México y Colombia, concluyendo que la innovación social y productiva es relevante y necesaria para la competitividad regional, además que hace falta incluir este tipo de innovación dentro de la implementación de sistemas de calidad para la sostenibilidad y el crecimiento económico de las dos naciones.

Una de las posibles causas por las que estos dos elementos teóricos no se hayan conjuntado en diversos trabajos puede ser la dimensión de desarrollo en donde se incrustan, mientras que por un lado la competitividad se mueve dentro del entorno económico, la innovación social como su nombre lo indica se puede considerar parte del sector social, lo cual podría dificultar en cierta medida la interpretación de la relación, por otro lado, la relación entre competitividad e innovación tradicional ha sido ampliamente estudiada.

Diversos estudios han postulado y aprobado hipótesis acerca de la relación entre la innovación y la competitividad, García y Cruz (2021) aseguran que sin innovación no hay competitividad, haciendo mención que el proceso de innovar requiere aprendizaje, tecnología y recursos para lograr la generación de valor que potencializará la relevancia en el mercado y elevará la competitividad.

Algo a considerar es que, aunque no se ha mencionado en palabras explícitas, los autores hacen referencia a que la competitividad depende en cierta medida de la innovación y no de forma inversa, puesto que la segunda es aquello que provee de elementos que potencialicen la primera. Al innovar se abre una puerta para la apertura al cambio, ya que los mismos procesos innovadores involucran cambios que ocasionan incertidumbre para las empresas, el acostumbrarse a la actualización y a los cambios también representan elementos que hacen competitivas a las organizaciones.

Aun así, la innovación no lo es todo para la generación de empresas competitivas, es por eso que Treviño (2002) argumenta que la innovación representa un elemento necesario, pero no suficiente para lograr por sí sola la competitividad, lo que la convierte en una variable importante pero no única en su desarrollo.

Tal cual se ha explicado anteriormente, la competitividad es un elemento variado que no solo depende de otra variable como lo es la innovación sino de un conjunto de elementos que los empresarios implementan, consideran o ponen en marcha y con esto potencializan su crecimiento y estabilidad en los entornos.

Partiendo de lo anterior, se retoman dos puntos: la innovación es importante pero no única para la competitividad y ésta última es un elemento multifactorial por lo que se puede teorizar que la innovación social al ser correctamente aplicada por las empresas contribuye o puede contribuir a desarrollar ventajas competitivas que fomenten diferenciación con los competidores.

Innovación social y competitividad variables para el desarrollo local

El desarrollo es un proceso complejo, un fenómeno multidimensional y una constante búsqueda de la integralidad de sus elementos, para Marx (1859) conlleva una estrecha interrelación entre los aspectos económicos, sociales, políticos e ideológicos de un territorio (Sosa, et al., 2020).

Para entender el desarrollo es completamente necesario identificar que éste no solamente depende de una variable o de una serie de éstas, las cuales se interrelacionan de manera directa o indirecta, al igual, que no solo se logra mediante la evolución de un tipo de actor.

Un ejemplo de esto es el enfoque de desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) la cual en 2015 constituyó la denominada “Agenda 2030” en la cual este proceso con miras a la sostenibilidad es visto desde tres dimensiones principales: económica, social y ambiental, las cuales se desagregan en una serie de categorías como lo son: pobreza, hambre, salud, educación, igualdad, saneamiento del agua, energías renovables, crecimiento económico, innovación, desigualdades, producción, consumo, vida marina y terrestre, paz, solo por mencionar algunas (Naciones Unidas, 2018).

Otra visión parecida en algunos aspectos a la anterior es aquella propuesta por Vázquez (1988) la cual se centra en el denominado “desarrollo local” entendido como un proceso de cambio estructural y crecimiento económico que propicia elevar el nivel de vida de los pobladores de una localidad mediante tres dimensiones: la económica, en la que actúen los empresarios locales para organizar factores productivos y niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los distintos mercados; la dimensión sociocultural soportada por los valores e instituciones y formas de organización social; y la dimensión político-administrativa, en donde las políticas locales posibiliten un entorno económico local favorable que impulse el desarrollo local (Sosa, et al., 2020).

Tal como se mencionó antes, los actores, variables y factores que se ven involucrados en el proceso de desarrollo son incontables dependiendo de la forma y perspectiva desde la que se pretenda abordar.

La innovación social propensa nuevas formas de organización y prácticas sociales que atiendan necesidades colectivas y/o mejoren alguna situación, esta radica en la realización de relaciones de cooperación y alianzas de diferentes actores locales, es ahí donde se vincula al desarrollo local, ya que este último representa un espacio de vida y de construcción social a partir de acciones y representaciones de sus actores (Madeleine, 2005).

Dentro del modelo de desarrollo local es indispensable la intervención de actores económicos, sociales e institucionales, lo cual promoverá un sistema de relaciones de tipo: económicas (productivas, comerciales), tecnológicas, socio-culturales y/o institucionales, lo que de forma directa impulsará un crecimiento y fomentará un cambio en el territorio (Vázquez y Rodríguez, 2015, citados en Tortosa, et al., 2018).

Las localidades cuentan con una gran diversidad de actores, algunos de ellos son: actores de gobierno (autoridades, funcionarios), actores empresariales (artesanos, comerciantes, productores locales), actores de la sociedad civil organizada (colectivos, asociaciones, redes) entre otros, hablando desde lo local es complejo unificar la tipología de actores pues estos van a depender de las características y necesidades locales.

Los actores proponen iniciativas, construyen organizaciones y redes que empoderan a su población, se ha llegado a demostrar que la eficiencia de las actividades productivas-económicas se ve influida por relaciones de proximidad y pertenencia generando identidad, lo cual detona el desarrollo local (Madeleine, 2005).

Tal como se mencionó anteriormente, la innovación social bajo el modelo de Wheatley y Frieze (2006) contempla la construcción de redes comunitarias como parte trascendental en su metodología y como punto de partida para el proceso creativo en entornos sociales de las cuales se derivará la sistematización de la experiencia y la futura influencia hacia otras comunidades o grupos que compartan ciertas características.

Al compartir un elemento importante tanto la innovación social como el desarrollo local el cual es la presencia y comportamiento de los agentes locales, se puede deducir que esta innovación es una de las variables que inciden dentro de los procesos de desarrollo de las localidades mediante el actuar y las formas de organización social.

Por otro lado, la introducción de la competitividad un concepto aparentemente de alcance empresarial a un entorno económico fue compleja, no obstante, con el paso del tiempo la capacidad competitiva de las empresas era un reflejo de la capacidad competitiva de un país (Berumen, 2006).

Aunque las empresas mismas son actores económicos de un territorio, la competitividad surgió como un elemento propio de control interno que derivaba en las ventajas competitivas por lo cual no era visualizada como un factor detonante de desarrollo local económico, más bien un factor de crecimiento empresarial.

Fue la globalización un elemento importante para considerar a la competitividad como variable de desarrollo, ya que para las empresas la presencia de este fenómeno implica mayor competencia, mayores posibilidades de acción, incremento en los mercados, aumento de recursos disponibles, para los gobiernos ésta representa mayores oportunidades de relaciones internacionales y para la sociedad implica facilidad de acceso a mayor cantidad de bienes y servicios (Berumen, 2006).

En ese momento, cuando la globalización comenzó a presentarse con mayor fortaleza fue cuando se convirtió en necesario incrementar la competitividad de las empresas con el fin de potencializar las variables de la economía como la producción y el consumo y con ello fomentar un crecimiento económico.

El mismo Vázquez-Barquero (1988) en su modelo de desarrollo local, hace mención que las empresas son actores clave para detonar la variable económica de un territorio, en su discurso señala a la productividad y competitividad como dos factores directamente vinculados, donde la competitividad empresarial impulsa la competitividad territorial.

Es de esta manera que tanto la innovación social como la competitividad son dos de los múltiples factores que inciden dentro del desarrollo local, actuando desde diferentes dimensiones, económica y socialmente, pero unidas a partir de un elemento clave que son los actores locales.

Unidad de análisis

San Antonino Castillo Velasco es un municipio del estado de Oaxaca, perteneciente a la región de Valles Centrales; colinda al norte con Santa Ana Zegache, San Martín Tilcajete y Ocotlán de Morelos; al sur con Ocotlán de Morelos y Santiago Apóstol; al este con Ocotlán de Morelos y al oeste con Santiago Apóstol y Santa Ana Zegache, se encuentra localizado aproximadamente a treinta punto cinco kilómetros de la ciudad capital de Oaxaca de Juárez (Honorable Ayuntamiento Constitucional de San Antonino Castillo Velasco [HACSACV], 2022). Véase Mapa 1.

Mapa 1. Macro localización del municipio de San Antonino Castillo Velasco



Fuente: HACSACV, 2022: 26

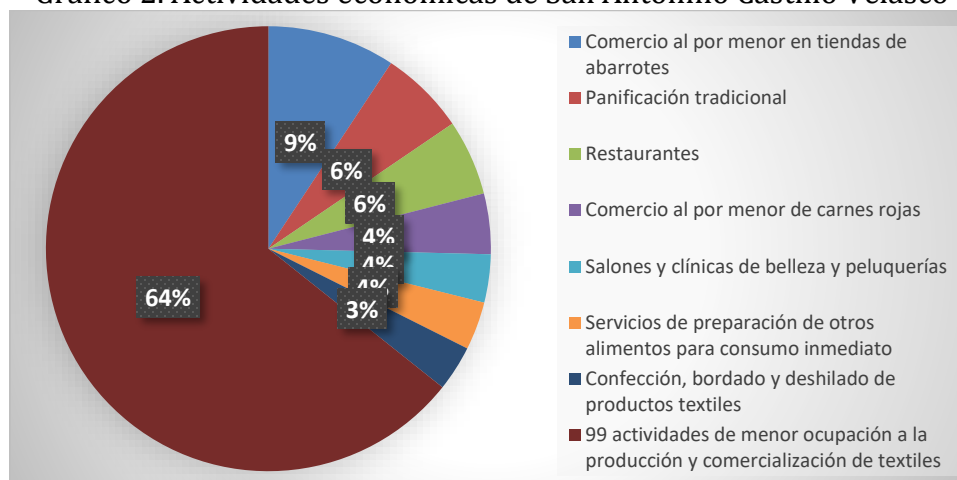
En el municipio de San Antonino Castillo Velasco se desarrollan distintas actividades económicas, entre las que destacan la agricultura, la producción y comercialización de artesanías textiles y bordados y el sector de servicios. De acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2020 del INEGI, el 71.9 % de la población municipal cuenta con un empleo o desarrolla una actividad económica independiente (HACSACV, 2022).

Es de suma importancia resaltar que en comparación con el estado que reporta 60.4 % de Población Económicamente Activa (PEA) (INEGI, 2022), el municipio cuenta con un indicador más elevado del 72.3 % de PEA posicionándose por encima del promedio estatal con 11.9 puntos porcentuales.

Tomando como referencia los datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas 2019 del INEGI, se identificaron 452 establecimientos comerciales en San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca con 106 actividades económicas diferentes, de los cuales 15 son dedicados a la actividad de confección, bordado y deshilado de productos textiles representando el 3.31 % del total (HACSACV, 2022).

En el siguiente gráfico se puede apreciar la distribución de dichos establecimientos por actividad.

Gráfico 2. Actividades económicas de San Antonino Castillo Velasco



Fuente: Elaboración propia con base en HACSACV, 2022.

La actividad de confección, bordado y deshilado de productos textiles se posiciona como la séptima actividad económica predominante del municipio de las 106 registradas, superada por establecimientos de servicios como lo son tiendas de abarrotes y empresas enfocadas a la preparación de algún tipo de alimentos.

No obstante, según el padrón realizado por el Comité de artesanos del municipio, existen aproximadamente 160 artesanos textiles y alrededor de 30 talleres, lo cual demuestra que los Censos Nacionales no reflejan la información correcta respecto a estos aspectos.

Dentro de la producción textil de las MiPyMES artesanas del municipio, se pueden encontrar una gran diversidad de blusas, vestidos, mochilas, carteras, entre otros, productos con historia y una parte de la vida de las manos que las crean, es decir, de las y los artesanos que llegan a tardar incluso meses en la elaboración de cada prenda haciendo uso de las propias técnicas compartidas a lo largo de la vida para la creación de los bordados y procurando siempre hacer piezas únicas y exclusivas para los clientes que son principalmente turistas nacionales e internacionales. Véase Imagen 1.

Imagen 1. Blusa con bordado de San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca



Fuente: HACSACV, 2022: 155.

Imagen 2. Productos con bordado de San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca



Fuente: Pagina de Facebook de Aguja de Plata, (2021)

San Antonino Castillo Velasco es un municipio con un gran patrimonio cultural construido por una diversidad de elementos entre los que principalmente destaca su actividad artesanal realizada con técnicas ancestrales y únicas en el estado, así mismo cuenta con actividades de organización social como lo son los mercados tradicionales y el “Baratillo” que potencializa la promoción de sus productos, todas estas características provee de oportunidades para la gestión empresarial artesanal; sin embargo, relacionado con la competencia directa dentro del mismo municipio, se encuentra la cultura de trabajo individual y la ausencia de colaboración que desemboca en desigualdades operativas para las empresas artesanas, sumado a los conflictos estatales que en ocasiones imposibilitan el acceso a la comunidad por bloqueos y marchas llegan a representar barreras para el crecimiento de estas empresas.

Método

Para llevar a cabo esta investigación se seleccionó una metodología mixta, Hernández-Sampieri et al., (2014: 534) hace mención que “los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de Investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos”. Chen (2006) (citado en Hernández-Sampieri et al., 2014) los define como la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno.

Tomando como referencias a estos autores se puede afirmar que la metodología mixta se logra al mezclar la metodología cualitativa y la cuantitativa mediante el uso de diferentes métodos que involucren estas dos últimas para lograr una mayor visualización del problema y de esta manera comprender y analizar la información.

Este proyecto es de tipo no experimental, en ella no se manipulan las variables, se observan los fenómenos dentro de su realidad y su contexto para posteriormente analizarlos, esta investigación es sistemática y empírica (Agudelo y Aignerren, 2008).

De ninguna manera se puede manipular la forma en que las MiPyMES artesanas emplean su innovación social o competitividad, a través de las técnicas empleadas se obtendrá información acerca de lo que han realizado y cómo lo han hecho respecto a las variables del estudio.

El diseño específico es transeccional o transversal en el que se desarrolla la recolección de datos en un momento específico en el tiempo con el objetivo de describir y analizar la incidencia o interrelación entre las variables (Agudelo y Aignerren, 2008).

Como tal este diseño permite el alcance de los objetivos del proyecto, ya que la principal finalidad del estudio es analizar la incidencia de la innovación social en la competitividad de las PYMES artesanas de San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca para lo cual es importante considerar una realidad y un momento específico en el tiempo para la aplicación de instrumentos y análisis de resultados.

Resultados preliminares

Los resultados preliminares obtenidos a través de métodos cualitativos empleados en trabajo de campo en San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca arrojan que la producción y comercialización de artesanías es una de las actividades económicas más relevantes del municipio representada por una amplia variedad de productos artesanales destacando los textiles y bordados.

Se identificó que existen tres MiPyMES artesanas que promueven el trabajo colaborativo entre familias para maximizar la producción y cubrir un mayor mercado en comparación a un gran número de empresas unifamiliares.

Específicamente una de ellas, conformada por 25 familias de artesanos, ha logrado un gran desarrollo mediante este trabajo colaborativo, lo cual se refleja en su posicionamiento tanto en su punto de venta físico como en redes sociales, llegando a incursionar en el comercio internacional, exportando sus productos a países como Estados Unidos y Japón.

Esta empresa artesana ha hecho un eficiente uso de la división del trabajo estableciendo subgrupos encargados de cada una de las fases del proceso de producción de las artesanías textiles, mientras unos dibujan, otros cortan y otros tejen y de esta misma manera en todas las etapas productivas, todo con el fin de promover productos totalmente artesanales y optimizando recursos como el tiempo.

Pero todo esto también sucede dentro de una misma realidad donde existen otras empresas artesanas que se rigen con un modelo operativo individualista que solo están integradas por tres o cuatro miembros de una sola familia, que tardan meses en elaborar una prenda y que por esto mismo no son capaces de abastecer a potenciales clientes mayoritarios.

A través de las visitas realizadas a la comunidad se identificó que la desigualdad aplicativa de la innovación social de las empresas artesanas de la localidad se refleja en los dos modelos operativos que coexisten, los cuales tienen distintas repercusiones en los volúmenes de venta, los tiempos de producción, la sobrecarga laboral, la limitación de mercados atendidos, la deficiente gestión del conocimiento lo cual repercute en los niveles de competitividad empresarial. Lo siguiente en el proyecto es conocer mediante cuestionarios los niveles de innovación social y competitividad de las MiPyMEs artesanas de San Antonino Castillo Velasco y con eso determinar la incidencia que mantiene la primera variable sobre la segunda.

Conclusiones

Han sido numerosos los estudios que se han realizado para analizar la relación o incidencia de diferentes variables con la competitividad, una de ellas ampliamente estudiada ha sido la innovación con la cual algunos autores validan y confirman que mantienen una relación directa mostrando que a mayor innovación mayor competitividad de las empresas.

La innovación social ha sido estudiada en diversas disciplinas y con diferentes actores, pero pocos han sido los estudios que vinculan esta variable de tipo social con alguna económica como lo es la competitividad, por lo que realizar este estudio resulta interesante, novedoso y con viabilidad.

De acuerdo a los datos obtenidos al momento y con las interacciones mantenidas con los sujetos de estudio que son las empresas artesanas de San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca, se puede concluir que la forma en que implementan la innovación social es bajo el enfoque teórico del modelo de Wheatley y Frieze (2006) que establece que el mantenimiento de un trabajo colaborativo incide directamente en la competitividad de las empresas artesanas que así lo realizan.

A través del trabajo de campo se ha demostrado que aquellas empresas que integran un número mayor de familias artesanas o el denominado “trabajo en grupo” establece una distribución equitativa de trabajo, incremento en la producción, atención más ágil a clientes que hacen grandes pedidos, optimización del proceso productivo, aumento de las ventas, mayor participación en exposiciones y eventos de relaciones públicas, así como también eficiente uso de las redes sociales y plataformas digitales para la venta y comercialización.

Todos estos efectos repercuten en elevar la competitividad de las MiPyMES artesanas que implementan la innovación social en su modelo de trabajo generando redes,

compartiendo conocimientos y complementando habilidades unos de otros, y, por el contrario, aquellas empresas artesanas que no han incursionado en el trabajo colaborativo, tienen mayores dificultades para hacer frente a los retos que la globalización está presentando al sector empresarial.

Referencias

- Agudelo, L., y Aigner, J.** (2008). "Diseños de investigación experimental y no-experimental". *La Sociología en sus Escenarios*, (18), 1-46.
- Ariza-Montes, A., Hernández-Ascanio, J., & Tirado-Valencia, P.** (2016). "El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos". *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, (88), 164-199.
- Berumen, S. A.** (2006). *Competitividad y desarrollo local en la economía global*. Esic Editorial.
- Camargo, J. E. P., Contreras, F. G., & Jiménez, Y. Y. R.** (2017). "Estado del arte de la innovación social: una mirada a la perspectiva de Europa y Latinoamérica". *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (82), 563-587.
- Cruz, F., Ibarra, C., Rueda, D., y Olivares, D.** (2020). "Análisis exploratorio sobre la apreciación de características predominantes en empresas medianas de México y Colombia en temas de calidad, competitividad, innovación social y productiva". *Tendencias*, 21(1), 130-156.
- Ferro, D.** (2017). "Identidad, cultura e innovación en las artesanías: un camino para el desarrollo sustentable y el Buen Vivir". *Estudios de la gestión* (1). 96-116.
- García, J., Tumbajulca, I. y Cruz, J.** (2021). "Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19". *Comuni@cción*, 12(2), 99-110.
- Hernández J., Domínguez, M. y Ramos A.** (2002). "Canales de distribución y competitividad en artesanías". *Espiral*, 9(25).
- Hernández, J., Yescas, M. y Domínguez M.** (2007). "Factores de éxito en los negocios de artesanía en México". *Estudios gerenciales*, 23(104), 77-99.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., y Baptista-Lucio, P.** (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill. Education. Recuperado de: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Honorable Ayuntamiento Constitucional de San Antonino Castillo Velasco.** Plan Municipal de Desarrollo Sostenible de San Antonino Castillo Velasco 2022-2024 [Archivo PDF].
- Jiménez, G.** (2018). *Capital social y competitividad en municipios con producción textil artesanal en la región de Valles Centrales de Oaxaca* [Tesis de doctorado no publicada]. Instituto Tecnológico de Oaxaca.
- Madeleine, R.** (2005). Innovación social y desarrollo local en un municipio andino. *Revista Venezolana de Economía Social*, 5 (9), 49-65.

- Martínez Celorrio, X.** (2017). "La innovación social: orígenes, tendencias y ambivalencias". *Sistema. Revista de Ciencias Sociales*, 2017, num. 247, p. 61-88.
- Naciones Unidas** (2018), *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe* (LC/G.2681-P/Rev.3), Santiago.
- Ortega Hoyos, A. J. y Marín Verhelst, K.** (mayo-agosto, 2019). "La innovación social como herramienta para la transformación social de comunidades rurales". *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (57), 87-99. doi: <https://doi.org/10.35575/rvucn.n57a7>
- Puc-Cruz, A., et al.**, (2018). "La organización de los artesanos de madera a través de la innovación social en dzityá", *Revista del Centro de Graduados e Investigación. Instituto Tecnológico de Mérida*, 33 (75) pp. 129-135.
- Ramírez, A.** (2020) *El fortalecimiento institucional y la interseccionalidad de los modelos de gestión para la innovación social. Estudios de caso del tercer sector en América Latina* [Tesis de Doctorado, Instituto Tecnológico de Oaxaca]. <https://app.box.com/s/i274p5vxfb504wv89fdwtken1puyn55z/file/777444059926>
- Rodríguez, X., Chancay, C., y Regalado, M.** (2021). "La comercialización de artesanías como un medio de generación de ingresos: Caso comerciantes de la parroquia la Pila del cantón Montecristi". *Revista Publicando*, 8(31), 338-350.
- Rojas, et al.**, (2017). "Dificultades en torno a la producción artesanal". *JÓVENES EN LA CIENCIA*, 3(2), 1200-1204.
- Sanchis, R. A., Serrano, V. C., & Köster, P. R.** (2016). "La cultura como factor de innovación socio-económica en el medio rural: el caso del clúster de artesanía artística de La Città Europea dei Mestieri d'Arte (CITEMA)". *Ager: Revista de estudios sobre despoblación y desarrollo rural= Journal of depopulation and rural development studies*, (20), 73-103.
- Savall, N.** (2022). "Una aproximación al concepto de innovación social ya su contribución en los estudios de desarrollo territorial". *TERRA. Revista de Desarrollo Local*, 10, 138-163.
- Sosa, M., Riquelme, Y., y Diez, O.** (2020). "Consideraciones sobre el desarrollo local". *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 309-315.
- Tortosa, J. M., De Pablo Valenciano, J. y Uribe Toril, J.** (2018). "Innovación social como motor del desarrollo local y el emprendimiento social". *Equidad y Desarrollo*, (31, suplemento), 11-25. doi: <http://dx.doi.org/10.19052/ed.4416>
- Treviño, L.** (2002). "Innovación y competitividad empresarial". *Red Aportes*, 20, 55-65.
- Vázquez Barquero, A.** (2009). "Desarrollo local. Una estrategia de creación de empleo". *Universitas Forum* 1(2).
- Wheatley, M. y Frieze, D.** (2006). "Usando el Poder de lo que Emerge para Potenciar la Innovación Social". *El Instituto Berkana*, 9 (3), 147-197.
- Yta-Castillo, D., y Sánchez-Medina, P.** (2022). "Un estudio exploratorio sobre los valores y actitudes ambientales de pequeños negocios de artesanías de Oaxaca, México". *Sociedad y Ambiente*, (25), 1-31.

La innovación social, un proceso vinculante con el territorio y los actores sociales en las comunidades indígenas del municipio de Aldama, Chiapas

Lucky Alejandrina Gutiérrez Pérez¹

María Guadalupe Ocampo Guzmán²

Resumen

La innovación social entendida como nuevos procesos, prácticas, métodos o sistemas para llevar a cabo procesos tradicionales o tareas nuevas que se hacen con participación de la comunidad y los beneficiarios, se presenta como un mecanismo de desarrollo para ciertos contextos sociales rurales, como ocurre en la comunidades indígenas de Aldama, Chiapas, en donde la población presenta condiciones de pobreza extrema y elevada vulnerabilidad social, en tales circunstancias las familias realizan un conjunto de acciones socio productivas novedosas en colaboración con distintos actores sociales, orientadas a mejorar sus condiciones de vida.

Por ello, el objetivo de este documento es describir los procesos productivos, las prácticas socioculturales, los saberes y las formas de organización que realizan las familias de tres comunidades de Aldama. Para el análisis se parte de las perspectivas teóricas de territorio e innovación social, teniendo como premisa que la innovación social es mayormente una innovación de proceso y no de producto, ya que a nivel comunitario se observen mejoras técnicas en la producción, en las formas de organización, en la interacción y cooperación de actores, en la creación de conocimientos y el acceso al mercado local, permitiendo con ello, garantizar la producción local y la economía familiar.

Conceptos clave: 1. Territorio, 2. Innovación social, 3. Actores sociales, 4. Aldama.

Introducción

El documento que se presenta a continuación forma parte del proceso de investigación que se está desarrollando en la formación de la Maestría en Desarrollo Local. En el que se propone identificar y analizar los procesos de innovación social que llevan a cabo las familias en los contextos rurales de la región de los Altos Chiapas, específicamente en las comunidades de Xulumo, Yoctontic y Cabecera municipal de Aldama, donde la población presenta condiciones de vulnerabilidad, pobreza, estructuras sociales tradicionales y prácticas de agricultura familiar.

Contextualización

En Chiapas, gran parte de la población vive en condiciones de pobreza. Según el Coneval, hasta 2020, el 75.5% de la población se encontraba en situación de pobreza, y de esta, 46.4% presentaba pobreza moderada y 29% pobreza extrema (CEPAL, 2020). Esto se asocia a las

¹ Estudiante de la Maestría en Desarrollo Local de la Universidad Autónoma de Chiapas. lavicky2294@gmail.com

² Profesora de Tiempo Completo de la Universidad Autónoma de Chiapas. Correo: maria.guzman@unach.mx

condiciones de inequidad y concentración del ingreso en la entidad provocando una fuerte disparidad regional y aglutinando la pobreza en algunas zonas geográficas como ocurre en la región Altos, Selva y Norte, donde la población presenta condiciones productivas y alimentarias muy severas. Por ejemplo, en 2020, la población con problemas de acceso a la alimentación fue de 24.5 %, que equivale a 1, 369, 600 Chiapanecos (CONEVAL, 2020).

Uno de los rasgos característicos de la desigualdad y la pobreza es que estos indicadores se concentran entre la población indígena rural, sobre todo en comunidades indígenas y campesinas como ocurre en la entidad. En este sentido resalta la región Altos Tsotsil-Tseltal conformada por 17 municipios (Aldama, Amatenango del Valle, Chalchihuitán, Chamula, Chanal, Chenalhó, Huixtán, Larráinzar, Mitontic, Oxchuc, Pantelhó, San Cristóbal de las Casas, San Juan Cancuc, Santiago El Pinar, Tenejapa, Teopisca y Zinacantán), de los cuales 15 tienen grado de marginación muy alto, cinco se encuentran entre los más pobres del país y siete pertenecen al padrón de los 125 municipios con menor Índice de Desarrollo Humano (IDH) en el país (PNUD, 2019).

La región se ha visto marcada por una historia con importantes precedentes, ya que el movimiento Zapatista que surgió en el año 1994 trajo consigo una serie de luchas en el territorio, a raíz de ello se integraron nuevos municipios, dentro de los que se encuentran Santiago el Pinar y Aldama.

Ahora bien, la investigación se está realizando con familias productoras de las localidades de Xulumo, Yoctontic y la Cabecera municipal de Aldama, de ahí la importancia de dar cuenta de algunos elementos que conforman el territorio de dicho municipio. Aldama se integró como municipio en el año de 1999, colinda al norte con Chenalhó, al sur con Chamula, al Oeste con Santiago el Pinar y Larráinzar (Ver mapa 1). En la actualidad y según datos de INEGI (2010, 2016) está integrado por 21 localidades, con una superficie de 26.79 km².

Mapa 1. Ubicación geográfica del municipio de Aldama



Fuente: Tomado de <https://www.idesmac.org/capas-tematicas-de-aldama/>

Es importante destacar que aun cuando su división geográfica se marca recientemente, su población existía desde antes. Cuando se integró el municipio contaba con un número de habitantes de aproximadamente 4,033, que eran los que conformaban en ese entonces la localidad de Aldama, reconocida como una agencia del municipio de Chenalhó. Sin embargo, posteriormente lo pasaron a integrar también habitantes de los municipios de Chamula y Larrainzar (Burguete y Torres, 2007).

La estructura productiva del municipio se asocia a los cultivos tradicionales a pequeña escala y temporal. Siendo la agricultura la forma de sobrevivencia que se ha reproducido de generación en generación, ya que las condiciones del suelo les permiten desarrollar actividades agrícolas ocupando 51.2% del territorio, dentro de las actividades se puede mencionar el cultivo de maíz, frijol y café. Mientras que el bosque mesófilo de la montaña ocupa 47.3% del territorio (INEGI, 2010).

En los últimos años se ha presentado una caída en la producción agrícola y en el valor de ésta, además de los distintos problemas de deterioro ambiental y degradación de ecosistemas derivados de las prácticas productivas promovidas por el modelo de producción actual (monocultivo), que agudizan las condiciones de precariedad y vulnerabilidad de la población que habita el municipio.

De la misma manera se realizan actividades complementarias como la venta de granos básicos (maíz, frijol), apicultura, artesanías, servicios (como transporte, construcción, carpintería, jornales, negocios de abarrotes) y la producción de hongos que han realizado en años recientes.

Los ingresos que de una u otra forma obtienen las familias en Aldama los utilizan para cubrir necesidades y servicios básicos que, si se dividen en porcentajes, 55.17% es utilizado para cubrir gastos de alimentación, 31.17% para realizar trabajos de producción, 3.36% para vestuario y 10.28% para educación, salud y otros gastos que se puedan generar. Además, a esto se le debe sumar que las fuentes de empleo son muy limitadas, lo que obliga a que muchas personas jóvenes viajen a otros lugares dentro del mismo territorio o decidan migrar a otro país, lo cual provoca abandono de la tierra de cultivos y escasez de mano de obra para las actividades productivas locales (IDESMAC, 2013).

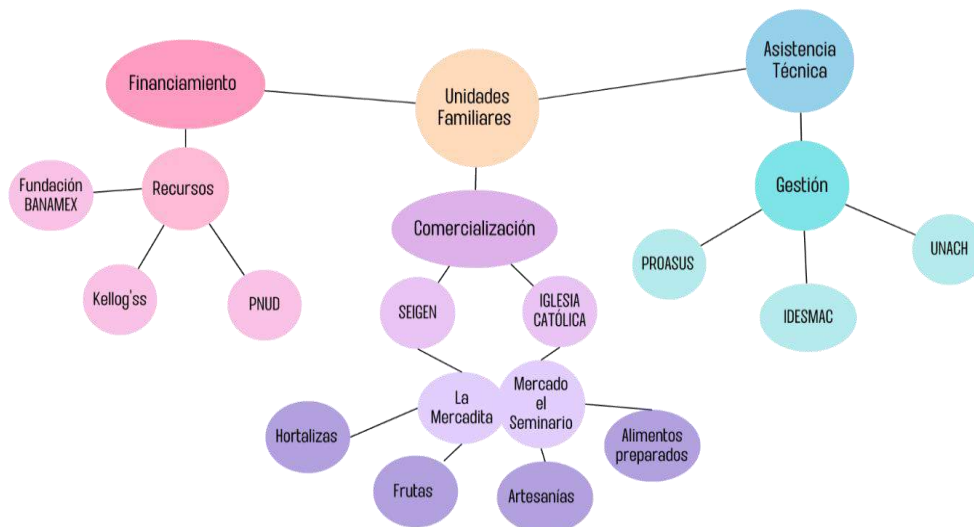
Tomando como referencia estos aspectos es importante señalar cómo la población y en especial las familias buscan la manera de sobrevivir y enfrentarse a las adversidades y limitaciones que se presentan en su contexto, puesto que habitan en comunidades altamente rurales y en su mayoría conformadas por personas indígenas con alto grado de marginación. En este sentido, Aldama ocupa a nivel estatal el puesto número 19 de marginación y a nivel nacional el 225, y si a eso se le suma las diferentes problemáticas y actos violentos que se desarrollan en su entorno, sus formas de organización ligada a los usos y costumbres y la poca accesibilidad a recursos productivos, la situación se complejiza más.

Todo ello, ha llevado a las familias a incorporar diversas actividades agrícolas y no agrícolas que les ayudan de algún modo a atender sus necesidades básicas. Se incorporan a actividades tanto sociales como productivas, a través de la articulación con actores sociales que han marcado un precedente en sus comunidades, como es el caso de su relación con la organización Promotores del Desarrollo Sustentable en Chiapas (PROASUS), con la que, desde 2018, parte importante de la población, ha podido establecer lazos de confianza,

cooperación y apoyo. A partir de la cooperación mencionada han logrado articular ciertos procesos y prácticas productivas, ampliar sus formas de interacción social comunitaria, local y extra local para generar habilidades y capacidades con el intercambio de experiencias, lo cual les permite generar recursos, conocimientos, información y financiamiento.

En este sentido se explicará desde el enfoque territorial e innovación social cómo las acciones que realizan las familias en las comunidades impactan en las condiciones socioeconómicas y las dinámicas culturales de los territorios, para ello, como unidad de estudio se tiene a las familias y a los actores sociales (ver esquema 1) que intervienen en los distintos procesos que se realizan en las comunidades, a partir del año 2018-2024 que es cuando se empiezan a modificar parte de las prácticas sociales, actividades productivas y comerciales. En este caso se observan nuevas formas de producción en las parcelas, de comercialización de productos y de organización social articuladas a la vida en comunidad.

Esquema 1. Conjunto de actores que interactúan con las familias en Aldama.



Fuente: elaboración propia con información de trabajo de campo (2022-2023)

En el conjunto de actividades, prácticas productivas y sociales (acciones organizativas) que realizan las familias combinan elementos del territorio y elementos externos al territorio (Ver esquema 2). Destacan, por ejemplo, la adopción del Sistema Milpa Intercalada con Árboles Frutales Diversificada (MIAF-D), que ha implicado nuevas formas para la producción de alimentos en las parcelas y la diversificación de cultivos; o la producción de hongos seta que aprovecha la materia orgánica del sistema milpa y genera alimento e ingresos.

Esquema 2. Esquema de las actividades que realizan las familias en Aldama



Fuente: elaboración propia con información de trabajo de campo (2022-2023).

En el caso de la producción de hortalizas, parte de la cosecha se utiliza para la subsistencia familiar y comercializan los pequeños excedentes, cuestión que representa una contribución importante a la economía familiar. Lo mismo ocurre con actividades como la apicultura, producción de traspatio y artesanías (ver tabla 1), todas contribuyen al ingreso familiar.

Tabla 1. Actividades y productos generados por las familias.

Actividades Productivas		Productos
Agricultura		Maíz, frijol, café
MIAF-D		Milpa intercalada con árboles frutales como: limón, mandarina, naranja, aguacate, guayaba, guanábana, durazno, manzana, plátanos, fresa, etc.
Apicultura		Implementación de colmenas para la producción de miel con abejas reina y abejas de granel, en espacios determinados o bien en las áreas de los cafetales.
Traspatio	Aves de corral y ovino	Gallinas, pavos, pollos, patos, borregos, (programa de vacunación).
	Plantas medicinales	Te de limón, albahaca, hierbabuena, laurel, manzanilla, epazote, chilchahua, ruda, hinojo.
Fungicultura	Hongos comestibles	Módulos de hongo seta. No es de un solo diseño, se hace a partir de los <i>recursos que tienen</i> las familias.
Horticultura		Jitomate, tomate verde, calabacita, cebolla, pepino, chayote, lechuga, cilantro, chile verde, papa, acelga, brócoli, betabel, camote, malanga. (cultivos rotativos)
Artesanales		Chalinas, bufandas, bordados, blusas, morrales, etc.

Fuente: elaboración propia con información de trabajo de campo (2022-2023)

En cada uno de los procesos las familias han ido incorporando algunos elementos orientados a mejorar la producción, la comercialización y las condiciones de vida de la población. De ahí que se observen mejoras técnicas en la producción, en las formas de organización comunitaria, en la interacción y cooperación de actores, en la creación de conocimientos y en los mecanismos de mercado, en esto último, destaca la articulación a mercados locales alternativos con la participación de mujeres productoras en “La Mercadita” promovido por la Secretaría de Igualdad de Género (SEIGEN) algunas organizaciones como PROASUS, Fondo para la Paz, entre otras, en este lugar la actividad comercial se desarrolla los sábados y participan las familias con sus productos alimenticios y artesanías textiles. Y el mercado alternativo del “Seminario”, donde también participan las familias de Aldama cada ocho días.

Con el conjunto de actividades que realizan las familias, tienen productos a su alcance para la subsistencia y de la misma manera hay algunos que les generan ingresos y les sirve para cubrir otras necesidades básicas. Su producción se ha caracterizado por la utilización de los medios que tienen a su disposición, adaptándole nuevas técnicas de producción en el que se ve reflejado el trabajo campesino, así como el trabajo de cada miembro de las familias, a través del trabajo colectivo. En este proceso que se observa a nivel comunitario resulta pertinente utilizar la propuesta de la innovación social como referente teórico-metodológico para analizar aspectos relacionados con los productos, las formas de organización, las prácticas productivas, los mecanismos de mercado y la red de actores, donde los conocimientos se construyen a partir de los diálogos y saberes compartidos.

En este caso la investigación se está llevando a cabo con el enfoque de territorio e innovación social desde tres dimensiones: social (organización, gestión y redes de colaboración), económica (procesos productivos, comercialización) y cultural (usos y costumbres, identidad, hábitos y saberes tradicionales), considerando el propio accionar de la población local y la intervención de las asociaciones para el desarrollo, y los diferentes actores que intervienen en el territorio. Se trata de identificar cómo se establecen las reglas, se realizan las acciones y se han incorporado elementos innovadores en los diversos procesos que se realizan en el territorio a partir de la percepción de los actores que participan en estos.

Perspectiva teórica

Para el abordaje teórico se utilizan los conceptos de territorio, actores e innovación social para explicar los procesos, estrategias, relaciones e iniciativas que realizan las familias de las comunidades rurales de Aldama para mejorar las condiciones de vida.

En este sentido, Arocena (2017) define el territorio no únicamente como un soporte físico, sino como la construcción sociocultural en donde se articulan diferentes dimensiones que conllevan a construir la sociedad local, guardando una estrecha relación con los procesos de desarrollo.

Para ello Alburquerque (2004) define al desarrollo como un proceso de mejoras en la calidad de vida en la cual se deben superar diferentes dificultades a través de la intervención de diversos agentes socioeconómicos locales que pueden ser de tipo público o privado con la utilización de recursos endógenos para el fomento y aumento de capacidades.

Puesto que el territorio “es sociedad local cuando es portador de una identidad colectiva expresada en valores y normas interiorizados por sus miembros; y es un sistema de acción cuando conforma un sistema relaciones de poder constituido en torno a procesos locales.” (Arocena, 2001, p. 9).

Como bien señala Cortínez (2006) el territorio como construcción social, requiere considerar en primer lugar los recursos naturales o bien los límites territoriales, así como a los actores que en el convergen, dándoles la capacidad a las personas para poder intervenir siguiendo un objetivo en común para crear procesos de desarrollo local que les permite construir una identidad propia.

Siendo el territorio un componente que interactúa y a la vez compite con otros, resalta en este la existencia de los actores, entendiendo que los actores sociales

son sujetos diversos con capacidad de generar cambios sociales, inmersos en un contexto espacial, territorial... Están orientados hacia objetivos, metas y necesidades propias compartidas. Son participativos, dinámicos, activos, transformadores y conscientes, así como capaces de elaborar construcciones y desconstrucciones a partir de una mirada enlazadora del pasado, presente y futuro (Braffo, 2010, p. 1).

De modo que las características históricas, culturales, institucionales y sociales condicionan las estrategias y los procesos de transformación de la economía y la sociedad, y esto no tiene una única vía de desarrollo, sino diversas líneas posibles, que se deben a la existencia de diferentes actores sociales que desempeñan funciones relevantes en un territorio concreto, destacando que cada territorio tiene sus propias especificidades (Albuquerque, 1996) e identidad territorial que se fundamenta en “una visión del mundo y de la vida, un modo de conocimiento y de comunicación que se concretan en signos, símbolos, imaginarios o representaciones, productos, valores, actitudes, discursos, prácticas y relaciones ...” (Sosa, 2012, p. 101). Que también abarca formas de vida establecidas, la cultura, la realidad contextual con sus propias dinámicas económicas y ambientales (recursos naturales propios y con ciertas capacidades productivas).

Por ello, los territorios han de desarrollar sus propias habilidades para generar, aplicar y adecuar nuevos conocimientos e innovaciones a sus realidades que les permitan adaptarse, en cada momento, a los nuevos contextos socioeconómicos y lograr, nuevas aspiraciones para transformar sus necesidades y su territorio a través del aumento de capacidades, partiendo de lo que posee en el contexto, referenciando en esto las cualidades endógenas con las que se cuentan para fomentar y superar las dificultades y limitaciones propias del territorio que les permita el cruce de nuevos saberes y experiencias de acción colectiva.

En consecuencia, la innovación social surge, en parte, a partir de la gestión con otros actores en la existencia de relaciones horizontales basadas en el intercambio de experiencias e información que se llevan a cabo en el proceso de aprendizaje colectivo para adquirir conocimientos en la modificación de ciertas prácticas que incrementan capacidades y cooperación que desarrollan miembros de la comunidad y actores dentro del territorio (Bouchard, 2001).

Echeverría (2012) señala que la innovación social, aun cuando se encuentre en una fase en construcción, en la actualidad es definida por el sector en el que se desarrolla, a partir de características propias y elementos diferenciales, por lo que al abordarla no debe quedar distante ni desvinculada del contexto que emerge.

En este sentido se utiliza como referencia la primera aproximación del concepto para poder contextualizar. La innovación fue abordada por primera vez en la obra de “teorías del desarrollo económico” de Joseph Schumpeter en el año de 1912 y se amplió en su libro de “capitalismo, socialismo, y democracia” en 1942, en el que se hace referencia al desarrollo económico y como este se obtiene a través de procesos de “deconstrucción creativa” por el grado de competencia entre las distintas empresas y la necesidad para crear nuevos productos e implementar nuevas tecnologías, que logren combinarse para la producción tecnológica.

Rothwell (1994) considera que el abordaje de Schumpeter responde a los primeros modelos de implementación de innovación, que se concebían como modelos lineales generacionales, en sus cuatro propuestas: el de primera generación identificado como modelo de empuje (technology push), el de segunda generación o conocido como de tirón del mercado (market pull), el de tercera generación o modelo mixto y el de cuarta generación de innovación en la gestión administrativa y alianzas estratégicas, conocido como modelo integrado. Según Rothwell el quinto nivel se encuentra en el último modelo generacional, que enfatiza promover la innovación mediante redes y alianzas, más allá de los entornos empresariales.

Tomando en consideración estos aportes Velasco et al. (2007) consideran que es a partir de esta estratificación que empieza a evolucionar el concepto de innovación de proceso tecnológico dirigido a empresas, a gestión creativa generadora de innovación entre diferentes actores.

Desde esta perspectiva la innovación social hace referencia a un enfoque sistemático en el que se toma en cuenta a todos los actores con sus diferentes herramientas normas, reglas y regulaciones. De acuerdo con estos aspectos y la complejidad de las definiciones entorno al gran campo de la innovación social se ha logrado identificar una gran gama de formas y mecanismos para llevar a cabo proceso de innovación social, como ONG'S, sectores públicos y privados, empresas sociales con y sin fines de lucro.

Ahora bien, la CEPAL (2005) define la innovación social como “nuevos procesos, prácticas, métodos o sistemas para llevar a cabo procesos tradicionales o tareas nuevas que se hacen con participación de la comunidad y los beneficiarios. Estos se transforman en actores de su propio desarrollo, fortaleciendo así el sentimiento de ciudadanía”. Que permite interiorizar acciones y exteriorizar redes de colaboración.

Por su parte Choi y Majumdar (2015) definen que la innovación social es una nueva combinación o configuración de prácticas sociales que se llevan a cabo en ciertas áreas de acción o contextos sociales, que reciben el impulso de determinados actores o conjunto de actores, ya sea de manera intencional o con el objetivo de responder a satisfacer necesidades y problemas, que son posibles desarrollar a través de prácticas establecidas.

Mientras que, Moulaert et al. (2013) han definido a la innovación social como un conjunto de soluciones puestas en marcha por los ciudadanos para satisfacer sus necesidades

sociales de manera diferente a las propuestas por el mercado o las instituciones públicas, buscando el desarrollo local sostenible y el control de su propio crecimiento por parte de la población.

Por consiguiente, en esta propuesta de investigación, se parte de la premisa que la innovación social es mayormente una innovación de proceso y no de producto (Rodríguez y Alvarado, 2008) ya que se lleva a cabo mediante acciones interrelacionadas y no precisamente por resultado de productos determinados. Los procesos no son necesariamente nuevos, sino que forman parte de acciones realizadas en el pasado que se recuperan, adaptan o reconfiguran. Teniendo como objeto las relaciones sociales, que permiten la interacción entre dos o más actores. Donde las personas o grupo de personas son los protagonistas del proceso. En el que se consideran las necesidades compartidas que son resultado de acciones colectivas, que pueden ser de diferentes índoles sociales, culturales, económicas, ambientales, o una combinación de ellas. Es un proceso que se destaca por las acciones y prácticas que se generan y que son relevantes en los contextos indígenas en donde existe mayor precariedad.

Moulaert (2009) precisamente enfatiza que la innovación social en las necesidades de base territorial debe darse a través de relaciones socioculturales y empoderamiento que debe materializarse de manera efectiva y conectada, para ello realizan actividades productivas, con cambios sistémicos que les ayudan a generar ingresos a pequeña escala pero que son de gran ayuda para suplir necesidades básicas y generar ingresos.

En el caso específico de investigación resalta

“La Agricultura Familiar (incluyendo todas las actividades agrícolas basadas en la familia) como es una forma de organizar la agricultura, ganadería, silvicultura, pesca, acuicultura y pastoreo, que es administrada y operada por una familia y, sobre todo, que depende preponderantemente del trabajo familiar, tanto de mujeres como hombres. La familia y la granja están vinculados, co-evolucionan y combinan funciones económicas, ambientales, sociales y culturales.” (FAO, 2013 p. 26).

Como bien hace referencia Rivera (2005) en los “proyectos familiares”, es en donde las familias construyen y ponen en marcha determinados actividades, para lo cual hacen uso de los recursos tanto económicos como familiares, sociales y simbólicos a los que pueden tener acceso de forma inmediata.

Por ello, es importante precisar que a partir de la identificación de los procesos, prácticas y actividades productivas que se desarrollan en Xulumo, Yoctontic y la Cabecera del municipio de Aldama, Chiapas, la investigación se direcciona hacia procesos de innovación social, que pueden darse en estos contextos, a partir de los núcleos familiares y cómo estos entretejen una serie de relaciones con otros actores locales y extra locales, y desarrollan actividades de tipo social, cultural, económico y ambiental, como es la diversificación de cultivos, fortalecimientos de conocimiento locales, recuperación de prácticas productivas propias de la región, acceso a mercados, gestión comunitaria y formas de organización colectiva.

Referencias

- Arocena, J.** (2001). El desarrollo local: un desafío contemporáneo. Editorial Taurus-Universidad Católica, Uruguay. 45-75-143.
- Arocena, José y Marsiglia, Javier** (2017). La escena territorial del desarrollo. Actores, relatos y políticas, Taurus Universidad Católica, Uruguay, pp. 53-73.
- Albuquerque, Francisco** (1996). Desarrollo económico local y distribución del progreso técnico (Una respuesta a las exigencias del ajuste estructural). Santiago de Chile: ILPES.
- Albuquerque, Francisco** (2004). El enfoque del desarrollo económico local. Cuaderno de capacitación No. 1. Serie: Desarrollo Económico Local y Empleabilidad Programa AREA - OIT en Argentina - Italia Lavoro Buenos Aires, Organización Internacional del Trabajo 2004.
- Atkinson, R y Flint, J.** (2001). Accessing hidden and hard-to-reach populations: Snowball research strategies, Social Research Update, 33: 1-5.
- Bouchard, M.** (2001), "La gestión de las organizaciones sociales para el desarrollo: características y desafíos", Cayapa. Revista Venezolana de Economía Social, vol. 1, no 1: 33-53
- Braffo, N.** (2010): "Actores sociales y transformación social". En boletín CIPS, 07 de noviembre de 2010. Disponible en: www.cips.cu.
- Burguete Cal y Mayor, Araceli y Torres Burguete, Jaime** (2007). Aldama: disputas por la restitución de una municipalidad. En La remunicipalización en Chiapas. Lo político y la política en tiempos de contrainsurgencia, Leyva y Burguete (coordinadoras). Centro de Investigaciones y Estudios Superiores de Antropología Social. Miguel Ángel Porrúa, México. Pp. 91-134.
- CEPAL** recuperado de <https://www.cepal.org/es/temas/innovacion-social/acerca-innovacion->
- Consejo de Evaluación Consultivo Social Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL)** (2015). Medición de la pobreza. Pobreza a nivel municipio 2010 y 2015. Consultado en <https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/Pobreza-municipal.aspx>
- Consejo de Evaluación Consultivo Social Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL)** (2020) https://www.coneval.org.mx/Medicion/Documents/Pobreza_municipal/2020/Presentacion_Pobreza_Municipal_2020.pdf#search=chiapas%20aldama
- Cortínez, Valentina** (2016). "Igualdad de género para el desarrollo territorial: experiencias y desafíos para América Latina" Serie documentos de trabajo N° 180. Grupo de Trabajo Inclusión Social y Desarrollo. Rimisp, Santiago, Chile.
- Choi, N. y Majumdar, S.** (2015): "Social innovation: towards a conceptualisation". In: Majumdar, S., Guha, S., Marakkath, N. (Eds.), Technology and innovation for social change, Springer India, 7-34

- Echeverría, J. & Gurrutxaga, A.** (2012). La luz de la Luciérnaga, Plaza y Valdés, Madrid.
- FAO.** (2013). Definición de trabajo propuesta por la FAO sobre agricultura familiar para el AIAF. Documento de trabajo. Roma.
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; y Baptista Lucio, Pilar** (2006). “Metodología de la investigación” edit., McGraw-Hill, 4ta. Edición, México.
- Instituto para el Desarrollo Sustentable en Mesoamérica, A.C. (IDESMAC)** (2013). Acuerdos de Colaboración para la Gestión Territorial en Aldama. Consejo Municipal de Desarrollo Rural Sustentable de Aldama. Instituto para el Desarrollo Sustentable en Mesoamérica, A.C. Aldama, Chiapas. Disponible en <http://www.idesmac.org.mx/index.php/publicaciones/altos/acuerdos-de-colaboracion-territorial>.
- INEGI** 2020 recuperado de <https://datamexico.org/es/profile/geo/aldama?totalGenderEducation=totalOption#economy> *Informe anual*. (2021). México. Recuperado el septiembre de 2022, de [a81fd7_31407047240e4abeb89ec504b284f3a2.pdf](https://datamexico.org/es/profile/geo/aldama?totalGenderEducation=totalOption#economy)
- Informe Anual.** (2021). México. Recuperado el septiembre de 2022, de [a81fd7_31407047240e4abeb89ec504b284f3a2.pdf](https://datamexico.org/es/profile/geo/aldama?totalGenderEducation=totalOption#economy).
- Pineda, Elia Beatriz; Alvarado, Eva Luz y Canales, Francisca** (1994). Metodología de la investigación. Organización panamericana de la salud, Cuarta edición.
- Mataix Aldeanueva, Carlos, Romero Muñoz, Sara** (2017). Presentación temática. En Revista española del Tercer Sector. No 36, pp. 17-19. Disponible en https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/revista_rets_n36.pdf.
- Montecinos-Carlos** (2 de agosto 2021) Crisis sobre crisis en comunidad de Pantelhó, Chiapas. Índigo noticias 2.1. Recuperado de <https://www.reporteindigo.com/reporte/crisis-sobre-crisis-en-comunidad-de-pantelho-chiapas>
- Moulaert, Frank** (Ed.). (2013): The international handbook on social innovation: collective action, social learning and transdisciplinary research, Edward Elgar Publishing.
- Moulaert, Frank** (2009). “Social Innovation: Institutionally Embedded, Territorially (Re)Produced” in
- PNUD** (2019). Desarrollo de capacidades: texto básico del PNUD. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Rivera González, J.** (2005). Familias de sectores medios urbanos: el desarrollo de nuevas estrategias familiares de trabajo. Papeles de población, octubre-diciembre, núm. 046, Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México. pp. 161-187 Extraído el 08 de noviembre 2022 desde: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=11204607>.

- Rodríguez Herrera, Adolfo y Alvarado Ugarte, Hernán** (2008). Claves de la innovación social en América Latina y el Caribe. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Publicación de las Naciones Unidas. ISBN: 978-92-1-323224-8
- Rothwell, R** (1994) "Towards the fifth generation innovationt process", internationalt marqueting review, vol 11, No.1, p. 7-31
- TEPSIE** (2014) Doing Social Innovation: A Guide for Practitioners, 7th Framework Programme, Brusseles: European Commission, DG Research
- Sosa Velásquez, M.** (2012). ¿Cómo entender el territorio? Guatemala: Universidad Rafael Landívar. CaraParens.
- Velasco Balmaseda, Eva; Zamanillo Elguezabal, Ibón y GurutzeIntxaurburu, Clemente** (2007), Evolución de los modelos sobre el proceso de innovación: Desde el modelo lineal hasta los sistemas de innovación. XX Congreso anual de AEDEM, Vol. 2, 2007: Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2499438>. Tomado el 19-03-2023.

Efectos del COVID-19 en el concepto de negocio y en las funciones básicas de los Restaurantes de Culiacán, México

Héctor Gabriel Zazueta Beltrán¹

César Omar Sepúlveda Moreno²

Nora Teresa Millán López³

Resumen

Al cumplirse casi 3 años de la pandemia, en septiembre del año 2022 se llevó a cabo una investigación para evaluar los efectos del COVID-19 en los restaurantes de la ciudad de Culiacán, Sinaloa, ubicada en el noroeste de México. Se diseñó una encuesta y se aplicó, cara a cara, a 83 gerentes de restaurante que aceptaron participar en la investigación. Mediante un análisis de medias se realizó un estudio descriptivo y exploratorio sobre la afectación de la referida contingencia sanitaria a dichos establecimientos. El propósito central de esta investigación fue identificar las adecuaciones que han tenido que realizar a su concepto de negocio y a sus funciones básicas los restaurantes entrevistados como estrategia de supervivencia ante los embates del COVID-19. Los resultados muestran que los restaurantes encuestados mayoritariamente han tenido que modificar su concepto de negocio mediante adecuaciones al servicio de ordena y recoge, al servicio a domicilio y al menú de alimentos, como estrategia central para sobrevivir a la pandemia mundial. Mientras que, el piso o salón, la cocina y el departamento de pedidos, son las áreas que mayores modificaciones han tenido en sus funciones básicas para adaptarse a la nueva normalidad.

Conceptos Clave: 1. Restaurantes, 2. COVID-19, 3. adecuaciones, 4. concepto de negocios, 5. funciones básicas.

1.- Antecedentes

1.1. *Los restaurantes de México ante el COVID-19*

De acuerdo con el diario El Economista, a partir de la primera quincena de marzo de 2020, los restaurantes y otras empresas en México se vieron obligados a parar abruptamente sus operaciones como medida preventiva para evitar la propagación del COVID-19. Algunos restaurantes comunicaron a sus clientes que permanecerían cerrados y que sus puertas se volverían a abrir hasta nuevo aviso (www.eleconomista.com.mx).

Aunque en México no se abrieron los restaurantes al mismo tiempo después de esta parada abrupta y obligatoria, en algunas entidades federativas se observó la apertura

¹ Doctor en Estudios Empresariales por la Universidad de Barcelona, España, Profesor e Investigador de Tiempo Completo de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Sinaloa, hzeta28@hotmail.com.

² Doctor en Ciencias Administrativas por la Universidad Autónoma de Baja California, Profesor e Investigador de Tiempo Completo de la Universidad de Sonora, Campus Caborca, cesar.sepulveda@unison.mx.

³ Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad Autónoma de Sinaloa, Profesora e Investigadora de Tiempo Completo de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Autónoma de Sinaloa, noratml@uas.edu.mx.

paulatina de este tipo de empresas a partir del primero de junio de 2020. El Gobierno de México, a través de la Secretaría de Salud emitió “El Lineamiento Nacional para la reapertura del Sector Turístico” en donde se establecieron recomendaciones para el Sector Turístico a fin de que se reforzaran las medidas de higiene personal, del entorno y de sana distancia en todos los ámbitos de trabajo y frente a cualquier escenario de exposición que pusiera en riesgo la propagación del virus SARS-CoV-2 el cual causa la enfermedad del COVID-19 (coronavirus.com.mx).

Estas medidas básicas deberían de ser efectivas a partir del 1 de junio de 2020 y vistas como una prioridad en la nueva normalidad; tomando como base el semáforo por regiones.

Adicionalmente al implemento de los lineamientos impulsados por la Secretaría de Salud en los restaurantes mexicanos como requisito para poder reabrir sus puertas, estos establecimientos enfrentaron serios problemas iniciales, como son los siguientes:

- Escases de mercancías para procesar sus platillos y bebidas, debido a las interrupciones en la cadena de suministro.
- Ausentismo y rotación de personal por tener COVID-19 o miedo de contagiarse.
- Bajas ventas por ausencia de clientes, ya que por miedo a contagiarse los consumidores de restaurantes se resguardaban en casa o salían lo menos posible. Los pedidos a domicilio y los de ordena y recoge paulatinamente fueron activando la venta en los establecimientos abiertos.
- Desperdicio de materia prima por baja venta, la cual tenían que tirar o regalar a sus trabajadores.

Un punto muy importante, adicional a los anteriores, y que visiblemente llegó para quedarse al menos por algunos años, ya que el miedo a contagiarse de COVID-19 aún permanece a nivel mundial, es el cambio en el comportamiento de muchísimos consumidores quienes prefieren consumir los platillos y bebidas en sus casas u oficinas en vez de acudir y comer en las instalaciones de los restaurantes como lo hacían antes de la aparición de la pandemia. Los clientes de restaurantes han cambiados sus hábitos de compra como consecuencia de la contingencia sanitaria, en nuestros días utilizando medios electrónicos como el teléfono celular, la computadora personal y el internet muchos de ellos prefieren ordenar pedidos a domicilio o bien optan por el de ordenar y recoger en las puertas del restaurante elegido para consumir, evitando con ello el contacto social en el salón de comensales.

En relación con lo anterior, el 10 de febrero de 2022, el presidente de CANIRAC, Germán F. González Bernal, declaró puntualmente al diario El Universal que los restaurantes en México tienen el reto de decidir cómo atender los pedidos a domicilio y para llevar como una nueva estrategia de negocios a la par de la atención que demandan los clientes que consumen en los espacios del restaurante (www.eluniversal.com.mx).

1.2 Efectos del COVID-19 en el cierre de restaurantes en México

Los restaurantes mexicanos que reabrieron sus puertas paulatinamente a partir del 1 de junio de 2020, se enfrentaron a un escenario al que debían adaptarse abruptamente, sobre la

marcha, sin ningún plan establecido que lo previera, poco a poco en la nueva normalidad este tipo de establecimientos fueron atendiendo nuevamente a sus clientes intentando obedecer, con sus recursos disponibles, en la medida de lo posible los lineamientos impulsados por la Secretaría de Salud y tratando de reactivar sus ventas satisfaciendo, al igual con los recursos disponibles, en la medida de lo posible las nuevas necesidades de sus consumidores.

Sin embargo, muchos restaurantes en México no volvieron a abrir sus puertas, y algunos las abrieron, pero no pudieron mantenerse en operación por diversos problemas que se generaron durante el tiempo que permanecieron cerrados o bien por no encontrar las estrategias efectivas que le permitieran sobrevivir a esta nueva normalidad una vez que se dio la reapertura.

En relación con las estadísticas de restaurantes cerrados en México por efectos de la pandemia sanitaria, en enero de 2021 Francisco Fernández presidente de CANIRAC (Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados) informó que a esa fecha en México el 15% de los restaurantes habían cerrado sus puertas definitivamente por efectos de la pandemia del COVID-19; referenciando que antes el inicio de la pandemia en el país había aproximadamente 600,000 restaurantes, por lo que 90,000 de ellos no habían sobrevivido (www.elfinanciero.com.mx).

Posteriormente, el 10 de febrero de 2022, el nuevo presidente de CANIRAC, Germán F. González Bernal, declaró al diario El Universal que entre febrero de 2020 y febrero de 2022, entre el 10 y 12 por ciento de los restaurantes en México habían cerrado sus puertas definitivamente por efectos de la pandemia, además de otros problemas como el alza constante de vegetales, cárnicos, combustibles y otros productos, aunado a la nueva dinámica que exige el mercado en pedidos para llevar y entregas a domicilio en las ventas de restaurantes (www.eluniversal.com.mx).

1.3 Efectos del COVID-19 en el concepto de negocio en los restaurantes

De acuerdo con Teece (2010), un modelo de negocio articula la lógica y proporciona datos y brinda evidencia que demuestra cómo el negocio crea y entrega valor a sus clientes.

Según Alonso y colaboradores (2013), la capacidad de los negocios de restaurante/café para sobrevivir con éxito durante mucho tiempo depende de su capacidad para desarrollar, posicionar y comercializar productos que satisfagan las necesidades y demandas de sus clientes.

Por su parte, Hadu y Supardi (2020), manifiestan que la segmentación de mercado en los restaurantes es esencial si se quiere lograr la satisfacción de sus consumidores.

Serrano y colaboradores (2022), expresan que el COVID-19 ha provocado desafíos sin precedentes para los servicios de alimentos. Hasta los primeros meses del año 2020, los restaurantes solían ser un área de socialización y celebración; sin embargo, debido al distanciamiento social, la recesión económica, los lazos sociales más débiles, las visitas a los restaurantes han disminuido drásticamente.

De acuerdo con Gunawan e Indrianto (2021), los alimentos y las bebidas son la necesidad diaria de muchas personas. Esto hace que la industria sea considerada la industria

de mayor crecimiento en el mundo. Sin embargo, la presencia de la pandemia de Covid-19 tuvo un efecto significativo en la industria del sistema operativo de restaurantes.

Adicionalmente, Gunawan e Indrianto (2021) manifiestan que el Covid-19 ha provocado que muchos restaurantes experimenten una disminución en ventas y en ganancias, que ha afectado el sistema operativo, y los empleados y la gerencia del restaurante han tenido que reorganizar la empresa para adaptarse a las condiciones existentes, sentenciando que la gestión eficaz del restaurante hará un negocio con una estrategia planificada de acuerdo con las condiciones del entorno.

1.3.1. El regreso de los consumidores a los restaurantes

En un estudio, relacionado con los efectos del COVID-19, realizado en los Estados Unidos de Norteamérica, Gursoy y colaboradores (2021), observaron que un 27% de los encuestados manifestaron no haber acudido aún a comer a un restaurante asistiendo al área de comensales, mientras que un 19% de ellos expresó que desde hacía más de 3 meses no acudía a comer a las instalaciones de un restaurante.

En la investigación que realizaron Gursoy y colaboradores (2021), los comensales encuestados colocaron al “lavado o desinfectado de manos al entrar”, “el uso de cubrebocas y guantes por parte de los empleados”, “colocación de mesas distanciadas”, “limitar el número de comensales” y “rigurosa y frecuente limpieza de las superficies de alto contacto” como las actividades más importantes que ellos esperan que los restaurantes realicen para tomar la decisión de volver a comer en sus instalaciones.

Por su parte, Kaymaz y Ulema (2021), manifiestan que las medidas de higiene y seguridad alimentaria implementadas por los restaurantes con posterioridad al COVID-19, tendrán un efecto importante en las percepciones de los clientes y en su decisión de compra en este tipo de establecimientos.

También, en un estudio realizado por Dogan (2020), en restaurantes de Turquía, se observaron claramente los siguientes cambios en los comportamientos de los consumidores, antes y después del COVID-19: El pago en efectivo decreció de un 20% a un 9%, los clientes con visitas de más de 3 veces mensuales a un restaurante, decrecieron de un 55% a un 13%.

Por último, Breier y colaboradores (2021) sostienen que el confinamiento derivado del COVID-19 podría haber cambiado la forma en que se realizarán los negocios en el sector hospitalario en el futuro, dadas las nuevas normas y reglamentos relacionados con la higiene y el distanciamiento social, aunado a clientes más vacilantes y preocupados.

1.3.2. Modificaciones al concepto de negocios y estrategias de supervivencia

Eggers (2020) afirma que las pequeñas y medianas empresas, que suelen tener menos recursos financieros disponibles, se ven sometidas a una presión aún mayor durante una crisis. Pero es precisamente esta presión financiera la que lleva a estas firmas a cuestionar lo existente y desarrollar un nuevo modelo de negocio (Breier y colaboradores, 2021).

Además, De la Cruz-May y May-Guillermo (2021), identificaron que las prácticas de innovación se han implementado en diferentes áreas de los restaurantes después del COVID-

19, siendo éstas: innovación de producto, innovación de proceso, innovación de organización e innovación de mercadotecnia.

Por su lado, sustentados en un análisis que realizaron de los efectos del COVID-19 en los restaurantes de buffets en Brasil, Zandonadi y colaboradores (2021) expresan que la pandemia podría ser una oportunidad para que los restaurantes se adapten y busquen formas de repensar sus servicios y costos, especialmente en un momento de recesión económica, cuando las empresas se espera que reciban menos clientes.

Adicionalmente, diversos investigadores Gunawan e Indrianto (2021), sostienen que durante la pandemia de Covid-19, los pedidos para llevar aumentaron debido al interés del cliente de ordenar pedidos, recogerlos y comerlos en casa, en lugar de una experiencia para comer.

Asimismo, Serrano y colaboradores (2022), expresan que la entrega a domicilio y para llevar se convirtió en un salvavidas para los restaurantes durante la pandemia y el concepto de cocinas oscuras (establecimientos que venden comida exclusivamente a domicilio) se ha convertido en tendencia.

Derivado de lo anterior, diversos investigadores han planteado la estrategia de mejorar o introducir el servicio a domicilio y el de ordena y recoge para incrementar las ventas de los restaurantes que sobrevivieron al COVID-19 (Brizek y colaboradores, 2020; Kim y colaboradores, 2021; De la Cruz-May y May-Guillermo, 2021).

Adicionalmente, es necesario percibir que los restaurantes tienen que violar paradigmas y atreverse a revolucionar la industria mediante la innovación y con el apoyo de la tecnología. Al respecto, Vig y Agarwal (2021) sugieren que ante este cambio repentino en el entorno de los restaurantes y sobre todo de los patrones de consumo de sus clientes, los empresarios están obligados a cambiar su perspectiva sobre este tipo de negocios; deben evaluar las nuevas tendencias del mercado y estudiar el comportamiento actual del consumidor para buscar oportunidades en las nuevas condiciones del mercado.

También, De la Cruz-May y May-Guillermo (2021) observaron que los restaurantes que estudiaron después de la pandemia realizaron innovaciones al producto que antaño ofertaban introduciendo cortes de carne al alto vacío y venta de antojitos que habitualmente no se incluían en el menú.

Por su parte, Kim y colaboradores (2021) señalan que el envasado, el tamaño de la porción, las comidas listas para recalentar, el envasado al vacío para la seguridad y el saneamiento constante son aspectos estratégicos que hay que tomar en cuenta para reconvertir el modelo de negocio y el modelo de desarrollo sostenible de las empresas restauranteras si quieren sobrevivir a los efectos pos-pandemia.

En la visión de los investigadores en la tendencia del servicio en los restaurantes en los años venideros tiene mucho que ver el uso de la tecnología. Por ejemplo, Gursoy y Chi (2020), hacen referencia al empleo inicial de la Inteligencia Artificial (IA) aplicada a robots en la prestación de servicios, y el COVID-19 puede precipitar la popularidad de dicha tecnología en los mismos. Asimismo, los autores sugieren que es crucial que se investigue cómo se utilizan los dispositivos de IA en el servicio de la hostelería. Además, es fundamental

para identificar los factores, tanto físicos como psicológicos, que pueden influir en los clientes y la aceptación de los empleados del uso de dispositivos de IA en la prestación de servicios.

Aunado a lo anterior, Serrano y colaboradores (2022), observaron que los restaurantes que estudiaron han adoptado soluciones tecnológicas para mejorar el servicio en línea y presencial en los restaurantes con posterioridad a la pandemia, tales como: sistemas de pedidos y aplicaciones de entrega en línea, pago sin contacto, sistemas de reserva de mesa en línea, tableros de menú digitales para el personal de cocina, seguimiento de existencias de alimentos y bebidas con software de gestión de inventario, acceso a menús en línea a través de códigos QR y tecnología de purificación de aire.

2.- Interrogantes de Investigación

Derivado del análisis de los anteriores antecedentes, en esta investigación se plantearon las siguientes interrogantes, las cuales sirvieron como directrices de esta:

- I1: ¿Qué adecuaciones básicas realizaron los restaurantes en su concepto de negocios para lograr su sobrevivencia posterior al COVID-19?
- I2: ¿Cuáles son las áreas en las que más se han realizado modificaciones a las rutinas de trabajo posterior al COVID-19?
- I3: ¿Qué nuevos puestos se han creado en la estructura administrativa para cubrir las nuevas rutinas de trabajo?
- I4: ¿Cuáles son los conocimientos y habilidades básicas que requieren los trabajadores para desarrollar las nuevas funciones en los diferentes puestos?
- I5: ¿Cuáles son las nuevas Necesidades de Capacitación registradas en la industria restaurantera?

3.- Metodología de Investigación

Al cumplirse casi 3 años de la pandemia mundial, en septiembre del año 2022 se llevó a cabo una investigación descriptiva y exploratoria, para evaluar los efectos del COVID-19 en los restaurantes de la ciudad de Culiacán, Sinaloa, ubicada en el noroeste de México. Mediante un análisis de medias se realizó un estudio descriptivo y exploratorio sobre la afectación de la referida contingencia sanitaria en:

- ✓ Su concepto de negocios
- ✓ Sus funciones básicas

Se diseñó una encuesta con ítems cuyas respuestas fueron de opción múltiple y de escala tipo Likert con diversa representación semántica; la misma se aplicó, en su lugar de trabajo, a los gerentes de los restaurantes seleccionados que aceptaran participar en la investigación. La encuesta se aplicó en 83 restaurantes.

Selección de la muestra de estudio:

Ante la carencia de un padrón oficial de restaurantes en Culiacán, Sinaloa, para identificar la población objeto de estudio, se consultó la página electrónica de Google Maps y se ubicaron los establecimientos que aparecieron en la misma. En tal localización se tomaron en cuenta que las empresas contaran con las siguientes características para estratificar la categoría de “restaurante”:

- 1) Que contaran con salón para comensales con capacidad para al menos 50 personas sentadas.
- 2) Que tuvieran aire acondicionado en dicha área.
- 3) Por los propósitos de la investigación, se exceptuaron los establecimientos que ofertan comida rápida con presencia en la ciudad, tales como: Burger King, McDonald's, Little Caesar's, Kentucky Fried Chicken, Carl's Jr., Pizza Hut, Pizzeta, Domino's Pizza, entre otros.

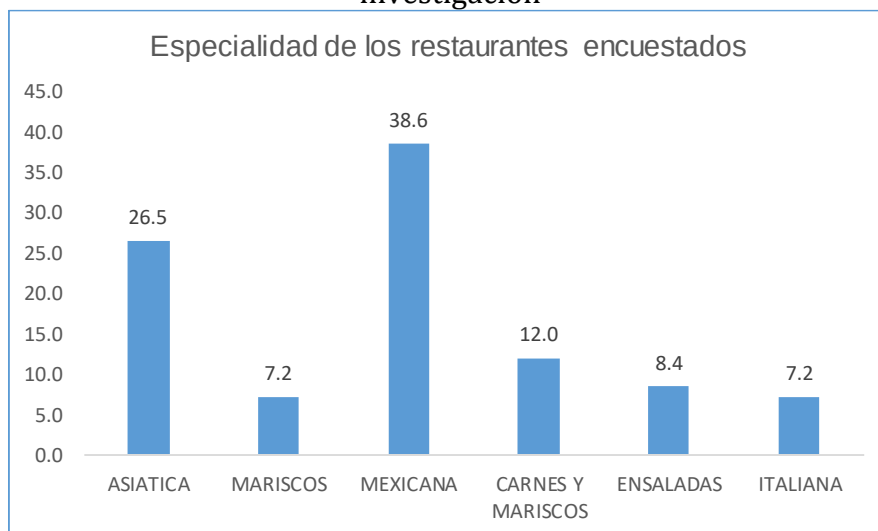
La decisión de no tomar en cuenta a los restaurantes de comida rápida fue por considerar que son establecimientos grandes que tienen amplia trayectoria en el manejo de crisis de diferente tipo, además de que obedecen a políticas de operación establecidas por franquiciadores.

Se localizaron 103 restaurantes en Culiacán, Sinaloa, con las características señaladas; de los cuales se encuestaron 83 establecimientos y 12 de ellos se encontraban cerrados, 8 no aceptaron participar en la investigación.

Perfil de la muestra de estudio:

En relación con la especialidad de los restaurantes encuestados en la figura siguiente se observa que los más representativos fueron los de comida mexicana con un 38.6% siguiendo los de comida asiática con un 26.5%, mientras que la tercera posición fue para los restaurantes de carnes y mariscos con 12%.

Figura 1. Especialidad de los restaurantes de Culiacán, Sinaloa participantes en la investigación



4.- Resultados y discusión

Los efectos del COVID-19 a los restaurantes de Culiacán, Sinaloa, han sido de naturaleza diversa. Para cumplir los fines de esta investigación, se abordan algunos puntos importantes de afectación de esta pandemia en el concepto de negocio y en las funciones básicas de los restaurantes participantes en el estudio.

Afectaciones primarias del COVID-19 a la industria restaurantera Culiacanense:

El efecto más lesivo que puede haber tenido el COVID-19 en cualquier empresa es su desaparición. En el caso de los restaurantes de Culiacán, Sinaloa, se pudo constatar que un total de 12 restaurantes han cerrado sus puertas con posterioridad a la pandemia, presumiendo que esta situación se presenta debido a las consecuencias multifactoriales originadas por la emergencia sanitaria.

Tabla 1. Restaurantes ubicados en Culiacán, Sinaloa que cerraron sus puertas con posterioridad al COVID-19.

#	RESTAURANTE	DOMICILIO
1	APPLEBEES	Blvd. Rotarismo 3 Ríos 2700, Fracc. Desarrollo Urbano Tres Ríos
2	ASIAN JUNGLE	Diego Valadés Ríos 1695, Desarrollo Urbano Tres Ríos
3	CHICS MALECON	Paseo Niños Heroes 706 Oriente, Col. Centro
4	CHICS PLAZA FIESTA	Insurgentes 970 sur, Centro Sinaloa.
5	DEL RIO	Paseo Niños Heroes 620 Oriente, Col. Centro
6	EL CAMARON PELAO	Blvd. Rotarismo, Desarrollo Urbano Tres Ríos
7	MARISCOS CUEVAS	Blvd. Rotarismo 3 Ríos , Fracc. Desarrollo Urbano Tres Ríos
8	QUINMART CENTRO	Vicente Riva Palacio 450, Nte. Col. Centro
9	QUINMART MALECON	Gran Avenida El Dorado 1370, Col. Las Quintas
10	REVOLUCION COCINA TRASCENDENTE	Blvd. Francisco Labastida Ochoa 1830, Desarrollo Urbano Tres Ríos
11	SUSHI FACTORY 3 RIOS	Blvd. Enrique Sánchez Alonso 2077, Desarrollo Urbano Tres Ríos
12	VIPS	Avenida Regional 1330 Norte, Col. Centro

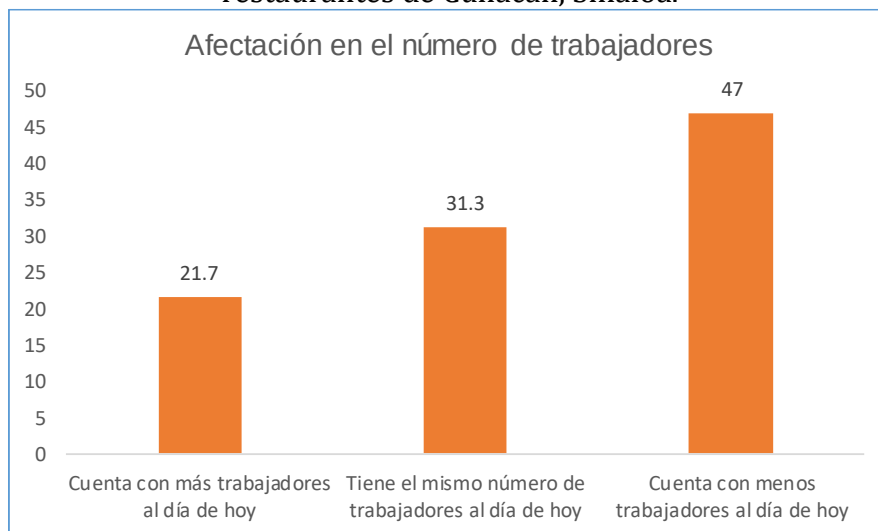
En la tabla anterior se presentan 12 restaurantes culiacanenses que operaban antes de la pandemia, pero que al llevar a cabo esta investigación habían cerrado sus puertas para siempre como se comentó anteriormente, fueron 103 restaurantes los que se ubicaron mediante el Google Maps que existían en Culiacán, Sinaloa, antes de la llegada del COVID-19; por lo que si se dividen los 12 restaurantes entre ese número el resultado expresa que un 11.65% de los restaurantes culiacanenses han cerrado sus puertas posterior a la pandemia, presumiblemente por efectos de ella misma; nótese que este dato es concordante con la media nacional de restaurantes cerrados que maneja CANIRAC en declaraciones hechas en febrero de 2022, la cual oscila entre el 10 y 12%.

Sustentados en los párrafos anteriores, se puede afirmar que el primer efecto del COVID-19 en los restaurantes de Culiacán, Sinaloa, es el cierre del 11.65% de este tipo de establecimientos. Lo cual indudablemente tiene repercusiones económicas y sociales en la referida ciudad.

En relación con la plantilla laboral con la que contaban antes de la pandemia y con la que contaban en el momento en que se hizo la investigación (septiembre de 2022), en los resultados se observa que un 47% de los restaurantes encuestados cuenta con menos trabajadores en la actualidad en comparación con los que tenía antes del COVID-19, además,

un 31.3% manifestó que actualmente cuenta con los mismos trabajadores que tenía antes de la pandemia, mientras que un 21.7% expresó que han crecido en número de trabajadores posterior a la pandemia. En la siguiente figura se ilustra este resultado.

Figura 2. Afectación del COVID-19 en el número de empleados con los que cuentan los restaurantes de Culiacán, Sinaloa.



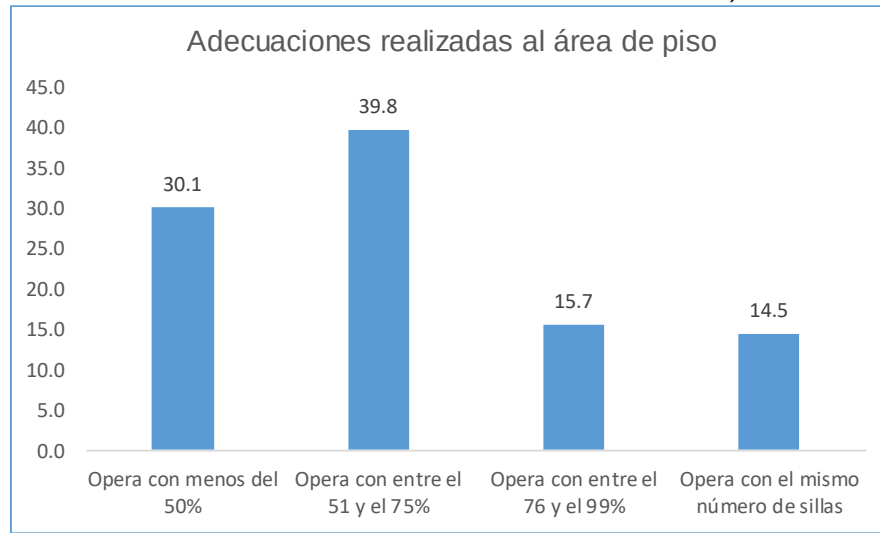
Sustentados en los párrafos anteriores, se puede afirmar que otro efecto primario del COVID-19 en los restaurantes de Culiacán, Sinaloa, es la pérdida de puestos de trabajo, ya que un 47% de los encuestados expresó que actualmente cuentan con menos trabajadores que los que tenían antes de la pandemia.

Los restaurantes encuestados en esta investigación tienen como característica básica que al menos tienen 50 sillas disponibles para comensales en el área de piso, además de que tienen aire acondicionado en ese salón. Una de las restricciones que tuvieron inicialmente los restaurantes al llevar a cabo la reapertura en junio de 2020, por parte de las autoridades sanitarias, fue el de reducir el número de mesas y sillas, así como guardar la sana distancia entre ellas.

En relación con el número de sillas con las que operan los restaurantes culiacanenses al momento que se realizó esta investigación, el 39.8% expresó que opera con el 51 y el 75% de las sillas con las que contaba antes de la pandemia, mientras que el 30.1% manifestó que opera con menos del 50%, también es notable que sólo el 14.5% de los restaurantes comentó que trabaja con el mismo número de sillas. En la figura siguiente se presenta la situación que guardan actualmente los restaurantes culiacanenses respecto al número de sillas con las que cuentan actualmente en relación con las que contaban antes del COVID-19.

Sustentados en los párrafos anteriores, se puede afirmar que otro efecto primordial del COVID-19 en los restaurantes de Culiacán, Sinaloa es la reducción significativa de su capacidad instalada para atender comensales en su área de piso, lo cual se observa en la desaparición de sillas que se montaban antes de la pandemia. Esta situación, seguramente afecta la venta de las empresas, ya que en momentos en que crece la demanda no tienen capacidad de respuesta para ofrecer sillas disponibles a los consumidores.

Figura 3. Afectación del COVID-19 en el número de sillas en el área de piso con los que cuentan actualmente los restaurantes de Culiacán, Sinaloa.



Adecuaciones a su concepto de negocios:

Es muy notorio que los restaurantes tendrán un antes y un después del COVID-19. Como ya se comentó, miles de establecimientos de esta industria en México cerraron sus puertas, tal vez para siempre, después de la parada intempestiva que tuvieron que realizar en marzo de 2020. Es de esperarse que los restaurantes culiacanenses que sobreviven hayan tenido que realizar adecuaciones a su concepto de negocio, como estrategia de sobrevivencia posterior a la pandemia.

Como ya se observó en la parte de antecedentes de esta investigación, los restaurantes en el mundo entero y en México, por supuesto, tuvieron que adecuarse al comportamiento de los consumidores durante y después de la pandemia, ya que una gran cantidad de ellos aún conservan el miedo a salir de sus casas y restringen convivir con otras personas en lugares públicos; ante ello muchos clientes de restaurante optaron por demandar el servicio a domicilio, o bien ordenar por algún medio y acudir a recoger su pedido en las instalaciones del restaurante. A continuación, se presentan los resultados de las adecuaciones que han tenido que realizar los restaurantes culiacanenses para adaptarse y sobrevivir en la nueva normalidad en relación con este par de servicios.

En relación con el servicio “ordena y recoge” (llamado “to go” en el idioma inglés y utilizado así en muchos restaurantes mexicanos), los resultados de esta investigación muestran que un 72.3% ya contaba con este servicio pero realizó adecuaciones para mejorarlo, mientras que un 20.5% expresó que no contaba con este servicio antes de la pandemia y tuvo que realizar adecuaciones para instalarlo por primera vez como una estrategia para sobrevivir y lograr más ventas; aún a pesar de que en la actualidad el mercado demanda altamente este servicio, un 7.2% de los restaurantes encuestados manifestó no contar actualmente con él. En la siguiente figura se ilustra este resultado.

Por lo que respecta al servicio a domicilio (llamado “delivery” en el idioma inglés y utilizado así en muchos restaurantes mexicanos), los resultados de esta investigación

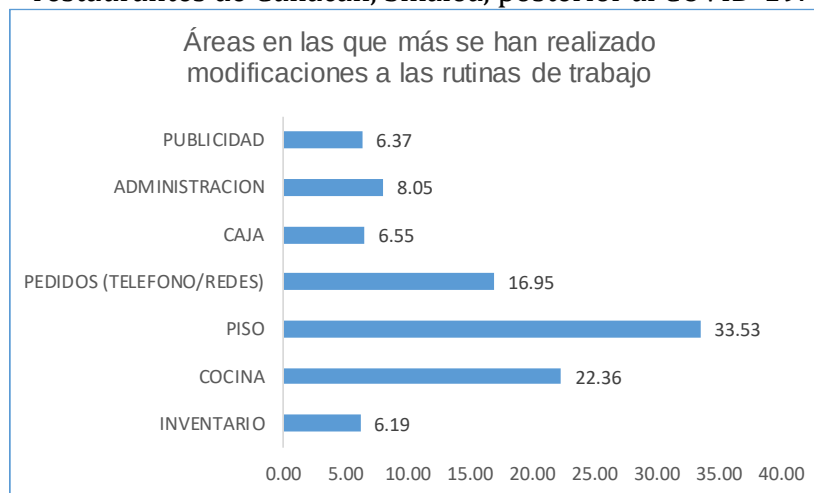
muestran que un 62.7% ya contaba con este servicio antes de la pandemia pero tuvo que realizar adecuaciones para mejorarlo posterior a la misma, mientras que el 15.7% de los restaurantes expresó que no contaba con este servicio pero tuvo que realizar adecuaciones en su empresa para instalarlo por primera vez como una estrategia para seguir compitiendo por la preferencia de sus consumidores; a pesar de que en la nueva normalidad el servicio a domicilio es una necesidad para un gran sector del mercado de los restaurantes, un 21.7% de las empresas encuestados manifestó que actualmente no brindan ese servicio. En la siguiente figura se ilustra este resultado.

Adicionalmente a los dos anteriores servicios complementarios al área de piso, era de esperarse que los restaurantes tuvieran que modificar su menú debido a que muchos platillos no son propios para trasladarse o para comerse en casa. En los resultados de esta investigación se observó que un 43.4% de los restaurantes culiacanenses encuestados no realizaron modificaciones al menú posterior a la pandemia, sin embargo, el 56.6% restante de las empresas encuestadas comentó haber tenido que modificar en alguna medida su menú como estrategia de sobrevivencia y adaptación a las nuevas condiciones del mercado posterior al COVID-19.

Adecuaciones a las rutinas de trabajo:

Como ya se vio con antelación, los restaurantes en México fueron atiborrados con cumplir diversas funciones de higiene y sanitización por parte de las autoridades sanitarias como requisito para llevar a cabo la apertura de sus instalaciones en junio de 2020, cuando la pandemia aún se encontraba en todo su apogeo.

Figura 4. Áreas en las que más han realizado modificaciones a las rutinas de trabajo los restaurantes de Culiacán, Sinaloa, posterior al COVID-19.



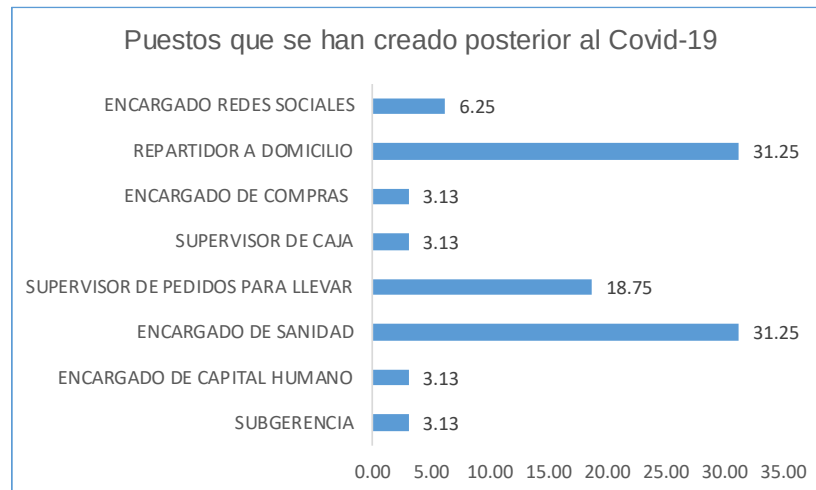
Las referidas modificaciones que llevaron a cabo los restaurantes Culiacanenses como consecuencia del COVID-19, evidentemente provocaron que se tuvieran que adaptar las rutinas de trabajo típicas realizadas por los colaboradores. En la siguiente figura se aprecia que un 27.7% de las empresas encuestadas manifestaron haber realizado “muchas” modificaciones a las rutinas de trabajo, un 16.9% expresó haber modificado “excesivamente”

sus rutinas de trabajo, un 36.6% dijo que realizó “pocas” modificaciones a las rutinas laborales, mientras que un 18.1% mencionó que realizó “muy pocas” modificaciones a dichas rutinas, y sólo el 1.2% señaló que realizó “cero” modificaciones.

Relacionado con las anteriores modificaciones, una cuestión importante para valorar el impacto de estas era conocer las principales áreas en las que se realizaron tales modificaciones. En la siguiente figura se aprecia que el área donde más se llevaron a cabo modificaciones a las rutinas laborales fue en el piso o salón de comensales con un 33.53%, mientras que la cocina se ubicó como la segunda área con mayores modificaciones en sus operaciones con un 22.36% y en tercera posición se localizó al área de pedidos con un 16.95%.

Es de esperarse que, al realizar modificaciones a las rutinas de trabajo en las diferentes áreas de los restaurantes, surgiera la necesidad de reestructurar el organigrama y reagrupar las funciones en los puestos, por lo que la creación de nuevos puestos era casi inminente. En la siguiente figura se aprecia un empate entre 2 nuevos puestos, como los más señalados, que tuvieron que agregar los restaurantes culiacanenses a su estructura organizativa para adaptarse a la nueva normalidad posterior el COVID-19, tanto el puesto encargado de sanidad como el de repartidor a domicilio fueron los que más se crearon con 31.25%, mientras que el supervisor de pedidos para llevar se ubicó en la segunda posición como el puesto que más se creó con 18.75% y el puesto de encargado de redes sociales se posicionó en tercer lugar con 6.25%.

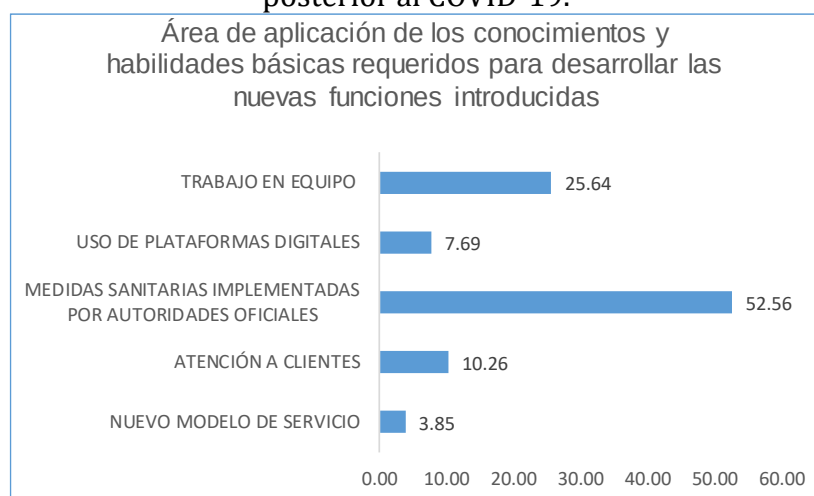
Figura 5. Puestos que más se han creado en los restaurantes de Culiacán, Sinaloa, posterior al COVID-19.



Como consecuencia de las modificaciones de las rutinas de trabajo de los colaboradores en los restaurantes culiacanenses provocadas por los efectos del COVID-19, es entendible que el personal de estos establecimientos requirió conocimientos y habilidades para realizar tareas que antiguamente no estaban en sus funciones. En la figura siguiente se observan las áreas de aplicación de los conocimientos y habilidades básicas que se requirieron para desarrollar las nuevas rutinas de trabajo que la nueva normalidad exigió a las empresas participantes en esta investigación; las medidas sanitarias implementadas por la Secretaría de Salud fueron las que generaron mayor demanda de conocimientos y

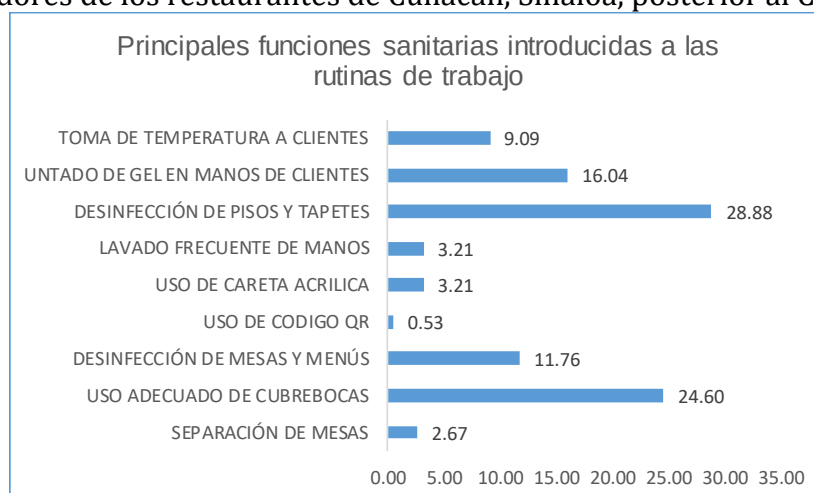
habilidades de los trabajadores de los restaurantes estudiados con un 52.56%, mientras que el trabajo en equipo fue la segunda con un 25.64% y en la tercera posición se ubicó a la atención a clientes 10.26%.

Figura 6. Áreas de aplicación de los conocimientos y habilidades básicas requeridas para desarrollar nuevas funciones introducidas en los restaurantes de Culiacán, Sinaloa, posterior al COVID-19.



Como quedó manifiesto en la figura anterior, las medidas sanitarias implementadas por la Secretaría de Salud fueron las que generaron mayor demanda de conocimientos y habilidades de los trabajadores de los restaurantes participantes en esta investigación, por lo que es importante identificar cuáles fueron esas funciones.

Figura 7. Principales funciones sanitarias introducidas a las rutinas laborales de los trabajadores de los restaurantes de Culiacán, Sinaloa, posterior al COVID-19.



En la figura anterior se observa que la desinfección de pisos y tapetes (28.88%), el uso adecuado del cubrebocas (24.6%) y el untado de gel en manos de clientes (16.04%) fueron las principales funciones sanitarias introducidas a las rutinas laborales de los trabajadores.

Nuevos empleos y adecuaciones para ordenar:

Con base en los resultados que muestra la siguiente tabla 2, de las pruebas de chi-cuadrado, se puede inferir que existe una asociación significativa entre las variables analizadas en la tabla. Las pruebas indican que hay diferencias significativas en las respuestas observadas en comparación con las esperadas. Esto sugiere que los "Puestos Nuevos" y las "Adecuaciones Ordenar e Recoge" están relacionados de alguna manera, lo que implica que la variable "Puestos Nuevos" podría tener un impacto en las adecuaciones realizadas. Es importante tener en cuenta que en un 33.3% de las casillas, la frecuencia esperada es inferior a 5, lo que puede afectar la fiabilidad de los resultados. Sin embargo, el valor mínimo esperado (2.10) aún es superior a 1, lo que indica que los resultados son estadísticamente significativos. En general, estos hallazgos sugieren que existe una conexión entre las variables y que los "Puestos Nuevos" podrían estar influenciando las adecuaciones realizadas en relación con el servicio de "Ordenar e Recoge". Para una interpretación más precisa, se debe considerar la magnitud de las diferencias y analizar detenidamente el contexto específico del estudio.

Tabla 2. Pruebas de chi-cuadrado

Estadísticos de prueba	Valor	g.l.	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6.671 ^a	2	.036
Razón de verosimilitudes	6.472	2	.039
Asociación lineal por lineal	4.847	1	.028
N de casos válidos	83		

Fuente: Elaboración propia

En el mismo sentido, en la siguiente tabla 3, se muestra un análisis donde se encontró una relación entre los "Puestos Nuevos" y las adecuaciones realizadas. Los residuos tipificados muestran diferencias significativas de cero, con valores negativos indicando menos casos observados de lo esperado en la columna "Realizó adecuaciones para mejorarlo" para aquellos que respondieron "Sí".

Tabla 3. Cuadro de contingencia y residuos tipificados

Puestos Nuevo	Recuentos, frecuencias y residuos	Adecuaciones en Ordenar y Recoger			Total
		Realizó adecuaciones para mejorarlo	Realizó adecuaciones para instalarlo por primera vez	No cuenta actualmente con este servicio	
Sí	Recuento	16	10	3	29
	Frecuencia esperada	21.0	5.9	2.1	29.0
	Residuos tipificados	-1.1	1.7	.6	
No	Recuento	44	7	3	54
	Frecuencia esperada	39.0	11.1	3.9	54.0
	Residuos tipificados	.8	-1.2	-.5	
Total	Recuento	60	17	6	83
	Frecuencia esperada	60.0	17.0	6.0	83.0

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, residuos tipificados positivos en la columna "Realizó adecuaciones para instalarlo por primera vez" y en la columna "Realizó adecuaciones para instalarlo por primera vez" para los que respondieron "Sí" o "No", respectivamente, sugieren más casos observados de lo esperado. Las frecuencias esperadas fueron cercanas a los valores observados, lo que indica que en general no hay diferencias significativas entre las respuestas observadas y esperadas. En conclusión, existe una asociación entre los "Puestos Nuevos" y las adecuaciones realizadas, pero se deben analizar con detalle posibles factores adicionales que puedan influir en esta relación para obtener conclusiones más precisas.

Conclusiones y recomendaciones

Sustentados en los resultados de esta investigación, se plantean las siguientes conclusiones de esta:

1. Posterior al COVID-19, los restaurantes de Culiacán, Sinaloa, México tuvieron que realizar adecuaciones moderadas para adaptar el servicio "ordena y recoge" que ya ofrecían antes de la pandemia (72.3%), mientras que el 20.5% tuvo que realizar significativas adecuaciones para introducirlo. Además, el 62.7% tuvo que realizar adecuaciones moderadas para adaptar el servicio a domicilio que ya ofrecían antes de la pandemia, mientras que el 15.7% tuvo que realizar significativas adecuaciones para introducirlo por primera vez. Y, por último, el 56.6% de los restaurantes tuvieron que realizar, en algún grado, modificaciones a su menú como estrategia de supervivencia posterior a la pandemia.
2. Posterior al COVID-19, las áreas donde más se llevaron a cabo modificaciones a las rutinas laborales de los restaurantes encuestados fueron el piso o salón de comensales (33.53%), la cocina (22.36%) y área de pedidos (16.95%).
3. Los puestos nuevos que más se han creado en los restaurantes para desempeñar las nuevas rutinas laborales necesarias como consecuencia del COVID-19 son: Encargado de Sanidad (31.25%), Repartidor a Domicilio (31.25%), Supervisor de Pedidos para Llevar (18.75%) y Encargado de Redes Sociales (6.25%).
4. Los conocimientos y habilidades básicas que más han tenido que desarrollar los trabajadores de restaurante como consecuencia del COVID-19 tienen relación con: 1) Las medidas sanitarias impuestas y exigidas por la Secretaría de Salud (52.56%), 2) El trabajo en equipo (25.64%) y 3) Atención a clientes (10.26%).

Adicionalmente, se plantean las siguientes recomendaciones a los restaurantes de Culiacán, Sinaloa, para mantener su sobrevivencia y rentabilidad en la nueva normalidad que llegó para quedarse:

1. Eficientar el servicio a domicilio y el de ordena y recoge, creando paulatinamente un departamento para atender exclusivamente este tipo de pedidos, dándoles seguimiento desde que se ordenan, se elaboran, se entregan y se envían a los clientes.

2. Estudiar frecuentemente la oferta del menú y verificar su congruencia con los gustos, necesidades y preferencias de los consumidores acorde a la situación de la nueva normalidad.
3. Establecer estrategias de mercadotecnia virtual para lanzar promociones por las diferentes redes sociales con el fin de estimular la demanda tanto en área de piso como en los servicios a domicilio y ordena y recoge.
4. Establecer un plan de capacitación anual acorde a las nuevas necesidades de capacitación que demanda la nueva normalidad en los restaurantes.

Referencias

- Alonso, D. A., O'Neill, M., Liu, Y. and O'Shea, M.** (2013). Factors driving consumer restaurant choice: An exploratory study from the Southeastern United States. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 22 (5), 547-567.
- Breier M., Kallmuenzer A., Clauss T., Gast J., Kraus S. and Tiberius V.** (2021). The role of business model innovation in the hospitality industry during the COVID-19 crisis *International Journal of Hospitality Management*. 92.
- Brizek M., Frash R., McLeod B and Patience M.** (2020, November). Independent restaurant operator perspectives in the wake of the COVID-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102766>
- De la Cruz-May S. y May-Guillermo E.** (2021). Prácticas de innovación implementadas por las MIPyMES del sector restaurantero ante el COVID-19 en Tabasco, México. *Nova Scientia, Revista de Investigación de Universidad De La Salle Bajío*. Vol. 13/ Special Issue: COVID-19 / ISSN 2007 – 0705
- Doğan, S.** (2020). Identifying the potential effects of Coronavirus prevention (Covid-19) on the restaurants / cafes and the consumer preferences after post-epidemic in Turkey. *Turkish Studies*, 15(6), 415-432. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.45932>
- Eggers, F.**, 2020. Masters of disasters? Challenges and opportunities for SMEs in times of crisis. *J. Bus. Res.* 116, 199–208.
- Gunawan S. and Indrianto A.** Restaurant Management Adaptation During COVID-19: Case of Restaurants in Surabaya. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*. Vol-5, Issue-4, 2021. E-ISSN: 2614-1280 P-ISSN 2622-4771
- Gursoy D., Chi C. and Chi O.** (2021). Effects of COVID 19 pandemic on restaurant and hotel customers' sentiments towards dining out, traveling to a destination and staying at hotels. *Journal of Hospitality*. 3(1), 1-17
- Gursoy D. and Chi C.** (2020) Effects of COVID-19 pandemic on hospitality industry: review of the current situations and a research agenda, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29:5, 527-529, DOI: 10.1080/19368623.2020.1788231
- Hadi S. and Supardi D.** (2020). Revitalization Strategy for Small and Medium Enterprises after Corona Virus Disease Pandemic (Covid-19) in Yogyakarta. *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology*. Volume XII. Issue IV. Pp 4068-4076.

- Kaymaz E. and Ulema S.** (2021). Customer perceptions against COVID-19 precautionary measures of the restaurants: The case of Istanbul-Turkey. In Cobanoglu C. and Della V. (Eds.). (2021). *Advances in Global Services and Retail Management* (pp.1-14). Volume 2. University of South Florida M3 Center Publishing. <https://www.doi.org/10.5038/9781955833035>
- Kim J., Kim J. and Wang Y.** (2021). Uncertainty risks and strategic reaction of restaurant firms amid COVID-19: Evidence from China. *International Journal of Hospitality Management*. 92. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102752>
- Serrano T., Fontanive R., Rabelo J., Braga T., Maragoni-Santos C., Cavalcante F., Costa A. and Cavalcante A.** (2022). Food services in times of uncertainty: Remodeling operations, changing trends, and looking into perspectives after the COVID-19 pandemic. *Trends in Food Science & Technology*. 120. 301–307.
- Teece D. J.** (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning*. 43(2–3). 172–194. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.003>
- Vig S. and Agarwal R.** (2021). Repercussions of COVID-19 on Small Restaurant Entrepreneurs: The Indian Context. *Strategic Change*. 30. 145-152. DOI: 10.1002/jsc.2398
- Zandonadi R., Botelho R., Maynard D. and Akutsu.** (2021). Self-Service Restaurants in SARS-CoV-2 Pandemic. *Enciclopedia*. 1. Pp. 401-408. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia1020033>

Páginas web consultadas:

https://coronavirus.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Lineamiento_nacional_reapertura_turismo_20052020.pdf

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Restaurantes-y-gimnasios-inician-cierre-de-sucursales-ante-Covid-19-20200319-0019.html>

<https://www.elfinanciero.com.mx/economia/15-o-90-mil-restaurantes-han-cerrado-en-mexico-por-la-pandemia-de-covid-19-canirac/>

<https://www.eluniversal.com.mx/cartera/covid-19-entre-10-y-12-de-restaurantes-cerraron-dejando-150-mil-desempleados-canirac>

La inclusión e innovación social en la Ciudad de México ante la crisis Sanitaria por COVID-19: un análisis a través de las monedas sociales

Ariadna Hernández Rivera ¹

Resumen

La crisis sanitaria por COVID-19 en el mundo expuso la necesidad de recurrir a prácticas económicas alternativas que tuvieron como eje central contribuir a la promoción de una Economía Social y Solidaria (ESS) basada en el respeto, justicia y tolerancia. Como parte de esta construcción, han surgido elementos como las monedas sociales, que buscan hacer frente a los requerimientos económicos de la población. De esta forma, se busca analizar al programa MERCOMUNA, que utiliza monedas locales adoptadas por el Gobierno de la Ciudad de México; mediante la revisión detallada de la literatura y la creación de una Matriz de Indicadores para Resultados (MIR) que revele su aplicación en las alcaldías de la CDMX. Destacando la importancia del rol de esta práctica económica en la búsqueda del bienestar social, la creación de mercados éticos y la promoción de Finanzas éticas y solidarias que fortalezcan la economía en tiempos de crisis.

Conceptos clave: 1. Monedas sociales, 2. Finanzas Éticas y Solidarias, 3. Economía Social y Solidaria.

Introducción

La pandemia por COVID-19 ha generado escenarios diversos en el mundo, uno de los más representativos ha sido la crisis “El Gran Confinamiento” resultado de las medidas de restricción impuestas por organizaciones mundiales en busca de reducir los contagios masivos. Sin embargo, fueron estas acciones las que adicionalmente crearon problemas de empleo y consumo, que han expuesto a la población a condiciones de violencia, desnutrición, enfermedad, desigualdad, pobreza, entre otras más.

En ese sentido, han surgido alternativas económicas que tienen como eje central contribuir a la promoción de mercados éticos y economías solidarias, basadas en el respeto, justicia y tolerancia social; que buscan hacer frente a los requerimientos económicos desencadenados de la emergencia sanitaria. En México el panorama ha exigido la necesidad de implementar el programa Mercado, Comunidad de Abasto y Alimentación (MERCOMUNA) por el Gobierno de la CDMX, este contempla el uso de monedas locales con el fin de reactivar la economía dentro de las alcaldías adyacentes, mejorar el bienestar social e impulsar los mercados éticos.

Bajo estos elementos el concepto de Economía Social cobra relevancia, permitiendo designar este a actividades que generen un modo solidario y diferente de hacer economía, promoviendo el cambio en la sociedad, bajo relaciones de solidaridad y confianza, focalizando el sentido de pertenencia, comunidad, participación social y empatía, de manera

¹ Economista, Doctora en Administración Pública, Profesora-Investigadora, Facultad de Economía, BUAP, aryshriviera@gmail.com

que pueda disminuirse la desigualdad social (Caravaca- Barroso y González-Romero, 2019; Secretaría del Bienestar, 2019).

Con estos procesos es posible generar escenarios que posibiliten avanzar hacia la edificación de ESS más justas, donde las formas de financiación, producción, intercambio y consumo se fundamenten en la innovación social, la cooperación, la solidaridad, ética y la transformación social; entre esos elementos que permitan acercarse a la construcción de mercados justos, las monedas sociales han ganado terreno.

Estas pueden definirse como todas aquellas monedas diferentes a las del curso legal, creadas al margen, con el objetivo principal de impulsar proyectos económicos y sociales. Por lo que puede asignarse dicho concepto a formas de dinero definidas en relaciones de confianza, que generan sistemas de apoyo local, organización social y que contribuyen a mitigar los impactos sociales desencadenados de crisis económicas (Plasencia y Orzi, 2007; Caravaca-Barroso y González-Romero, 2019; Modroño- Alborés, 2019).

Con estos elementos, MERCOMUNA es un programa emergente de la CDMX que prioriza a los hogares mexicanos con carencias ocasionadas por la pandemia actual, ayudando a la economía familiar y local, mediante la posibilidad de adquirir abasto alimentario a través de una red articulada de negocios locales en 13 de las 16 alcaldías que conforman la entidad: Álvaro Obregón, Azcapotzalco, Coyoacán, Cuauhtémoc, Gustavo A. Madero, Iztacalco, Iztapalapa, Magdalena Contreras, Miguel Hidalgo, Milpa Alta, Tláhuac, Tlalpan y Xochimilco.

La dinámica es simple, a través de billetes con valor de 350 pesos entregados en tres quincenas, los individuos podrán adquirir frutas, verduras o cualquier producto inmerso en la canasta básica dentro de los negocios locales registrados en el padrón (Alcaldía Tlalpan, 2020; México AS, 2020). La moneda o billetes son otorgados en diferentes denominaciones y suman el total acordado; por lo que pueden ser válidos en negocios como: mercados, panaderías, pollerías, tiendas de abarrotes, entre otros comercios, y solo se canjean en la alcaldía donde fueron otorgados (Gobierno de la Ciudad de México, 2020).

Su efecto principal pretende fortalecer a los hogares mexicanos que han sufrido estragos provenientes de la crisis sanitaria; sin embargo, busca generar mercados éticos basados en actitudes sociales, que permitan extenderse a lo largo del país, con el objetivo de disminuir la desigualdad e incluir financieramente a la población aún después de la pandemia.

Es por este motivo, que el presente analiza el funcionamiento de las monedas sociales en CDMX, Méx., de manera que sea posible identificar alternativas más justas que estimulen la solidaridad y ética financiera dentro de la población.

El primero de estos apartados es la revisión de la literatura, que desarrolla el concepto de monedas sociales vinculado a la Economía Social y Solidaria (ESS); el segundo apartado, plantea el contexto de las monedas sociales en tiempos de crisis, de manera que se comprenda el rol de esta alternativa en la promoción de Finanzas Éticas y Solidarias que fortalezcan la economía local. Seguido de esto, la tercera sección expone la metodología, definida en la construcción de una Matriz de Indicadores para Resultados (MIR), visualizando los elementos que logran estimular o impedir el desarrollo óptimo de un programa de esta

naturaleza. Finalmente, se presentan las conclusiones, donde se hace énfasis en los principales hallazgos y se colocan las bases para futuras investigaciones en este medio.

Revisión teórica

La pandemia de COVID-19 trajo consigo una serie de elementos que han intentado generar en la población empatía y solidaridad; tratando de alcanzar transformaciones sociales, con alternativas emergentes que busquen incluir a la población en temporadas de crisis.

Uno de estos escenarios contruidos para resarcir el daño, son los procesos de desarrollo en los sistemas monetarios alternativos. Las monedas sociales intentan consolidar la operación de un sistema monetario basado en específicas creencias sociales, alejadas del propósito antisocial empotrado en el sistema de producción de mercado (Gil, 2020).

Para comprender esta, se expone al dinero a través de tres elementos; como un medio de intercambio, unidad contable y elemento fiduciario, ya que su valor está supeditado a lo que se acredita y confía. Entonces, una moneda social, se define de acuerdo con el valor inmerso.

Por tanto, cuando se considera un medio de intercambio, es como reserva de valor, ya que el atesoramiento le permite ser medio de cambio (Plasencia-Orzi, 2007; Estrada et al, 2013). Esta característica ha sido estudiada por varios autores; para Schuldt (1997), y Albuquerque (2004), misma que es asociada al uso capitalista de la moneda.

Sin embargo, para Godelier (1974), el nivel de atesoramiento no se vincula al sistema, ya que puede suscitarse en cualquier escenario. También se señala, que una moneda social, lo es, de acuerdo con su origen local o comunitario, lo que quiere decir, que es creado por un grupo de usuarios organizados y de forma autónoma. Lo que significa que es creada, administrada y regulada por grupos humanos y comunidades (Coraggio 1998; Primavera, 2004).

Adicionalmente se señala otro aspecto para considerarse una moneda social: su objetivo. Para Blanc (2006) las monedas sociales tienen tres objetivos o motivaciones: el primero es proteger el espacio local; seguido de ello se busca dinamizar los intercambios locales para estimular la ESS y, por último, se pretende transformar la naturaleza de los intercambios. Se señala también, que dicha transformación debe ser focalizada en tres planos: personas, relaciones y transacciones.

El uso de dichas monedas se ha extendido a lo largo del mundo, en diferentes comunidades y poblaciones, permitiendo apreciar los diversos factores que desencadenan esta práctica. Uno de los elementos que orilla a la adopción de nuevas alternativas monetarias son las situaciones críticas que se suscitan el contexto y deben ser enfrentadas por los grupos sociales (Shephard, 2011). Adicionalmente, Lietaer (2005) estableció que existen indicios de que las monedas alternativas tienen su origen en momentos en que el sistema monetario presenta fallos y crisis sucesivas.

Algunos datos revelan que el surgimiento de innovadores sistemas de intercambio apareció en los años 80, en Canadá, como respuesta a un escenario de crisis dentro de la economía local (Gisbert, 2010). Posteriormente, la dinámica se extendió a países como

Australia, Inglaterra, Francia y Alemania; funcionando como un intercambio de bienes y servicios a nivel local, utilizando una moneda o divisa propia, que puede o no tener existencia física.

No obstante, algunas experiencias trascendieron a América, por ejemplo, el trueque argentino, fue resultado de una crisis económica y social que se produjo en la Argentina entre 1995 y 2003. Diferentes experiencias en monedas sociales surgieron de este hecho, apoyando a familias a encontrar su sustento diario (Orzi, 201; Alcañiz, 2019).

En esencia, se puede establecer que la moneda social busca facilitar el intercambio a la población trabajadora y que no es capaz de satisfacer plenamente sus necesidades, ya que el dinero o moneda de curso legal no les es suficiente; de manera que, con esta herramienta, es posible acceder a medios alimenticios de primera necesidad (García-Hernández, Escoto, Bustamante- Estrada y Turcios-Reyes, 2013).

Por lo cual, se establece una relación positiva entre la mejora del bienestar social y la introducción de dichas monedas, ya que estimula la creación de Mercados éticos y la construcción de bases sólidas para las Finanzas Éticas y Solidarias. De esta manera, para 2020, se calculó que en México circulaban 18 monedas alternativas, entre las que destacan el Tlaloc, Mixhuca, el Mezquite, el Xico, el Cajeme, el Dinamo y El Fausto (Gil, 2020).

Todas ellas haciendo referencia a aspectos de cooperación, solidaridad con la causa y comunidad. Lo que hace de las monedas sociales herramientas que atañen el valor de cambio y el valor de uso, al mismo tiempo que destacan el valor de vínculo entre sociedades y mercados.

Contexto de las monedas alternativas en tiempos de crisis sanitaria

Ante la incertidumbre que existe en el mundo, diferentes países han intentado hacer frente a la escasez con la creación de monedas propias. La pandemia por COVID-19 ha desatado una serie de escenarios arduos en negocios locales, por lo que autoridades y pobladores han optado por revivir medios de intercambio no convencionales.

De esta manera, en la ciudad de Tenino en el Estado de Washington, Estados Unidos, ha impreso su propia moneda en finas placas de madera; se trata de la elaboración de 10,000 dólares en rectángulos de madera, cada uno con un valor nominal de 25 dólares, con la imagen del expresidente George Washington y una expresión en latín: "Lo tenemos bajo control" (SWI, 2020; El Financiero, 2020).

Esta moneda es entregada como subvención a residentes que demuestren que están siendo perjudicados por la pandemia, recibiendo hasta 300 dólares mensuales por beneficiado. Siendo válidos únicamente dentro de los límites de Tenino.

Otro país que optó por desarrollar una moneda complementaria para la pandemia fue Brasil. La moneda social electrónica Mumbuca E-Dinheiro adoptada por el municipio de Maricá, ha fungido como un instrumento para mitigar los efectos de la crisis de COVID-19. Sin embargo, la implementación de iniciativas federales en los ingresos básicos de emergencia de dicho país enfrenta desafíos significativos: la logística de distribución de dinero o moneda

y los criterios de selección de la población beneficiada (El Financiero, 2020; González et al., 2020).

Bajo esta lista de países, se ha sumado Chile, específicamente la ciudad de Valparaíso y sus alrededores; su moneda se denomina Valpo, y fue creada a raíz de la pandemia de Covid-19. Está respaldada con acciones comunitarias, lo que significa que no tiene conversión a pesos chilenos; sin embargo, tiene un referencial de un valpo igual a \$1000 pesos chilenos, que logra facilitar los intercambios (Valpo Moneda Social y Comunitaria, 2021; Universidad de Playa Ancha Noticias, 2021).

Pero también, México ha tenido otras experiencias, una de ellas fue la creación de los “Jajalpesos”, moneda social con origen en Santa María Jajalpa, Estado de México. Se trata de billetes de curso legal que son utilizados para comprar comida en varios establecimientos: tianguis, pollerías, tortillerías, entre otros. De esta manera el apoyo que otorga el Municipio beneficia aproximadamente a 200 familias en situaciones de escasez (Fuentes, 2020).

Pasando al continente europeo, se encuentran las monedas Elio y Ducati, de España e Italia, respectivamente. La primera de ellas se ubica en el Ayuntamiento de Lebrija, provincia de Sevilla, España; se trata de un estímulo al consumo del comercio local de entre 50 y 200 euros, que se harán efectivos en dicha moneda social. Adicionalmente, se establece que el Elio tiene carácter virtual, local y cobertura del 50% en compras (Ayuntamiento de Lebrija, 2020; Diario Bitcoin, 2020).

El Ducati se localiza en Castellino del Biferno, una localidad al sur de Italia; esta moneda tiene como objetivo mitigar la situación económica ocasionada por la pandemia que está llevando al límite a los hogares y negocios. Los billetes son distribuidos de acuerdo con las necesidades económicas de los pobladores, adoptando una equivalencia de un euro igual a un ducati. Estos son impresos en papel con marca de agua y laminados para su desinfección, usando símbolos locales para su identificación (La República, 2020; Pérez, 2020).

No obstante, las iniciativas monetarias complementarias han tenido problemas que han preocupado a las naciones, ya que algunas no conciben los costos operativos. En ese sentido, monedas como el WIR² proveniente de Suiza, resuelven este problema mediante una tarifa de transacción (6%); la ventaja de este tipo de sistemas monetarios es que propician la creación de construcciones anticíclicas. Favoreciendo la estabilidad en periodos de crisis, ya que se basa en la posibilidad de utilizar su propia moneda en épocas de menor liquidez (The Economy Journal, 2021).

Por ello, iniciativas como la aplicada por el Banco WIR (Suiza), han logrado ofrecer alternativas sin las limitaciones de la escasez oficial o de curso. En estos sistemas, los usuarios crecen de forma sensible debido a que no pueden intercambiar la moneda fuera del territorio; lo que estimula la expansión de negocios y socios, ya que el poder adquisitivo no puede escapar de los participantes del WIR. Logrando que el banco pueda llevar los balances eficazmente (Cortés- García, 2008; The Economy Journal, 2021).

Si bien, la generación de este tipo de prácticas puede resultar complejo en la aplicación, hay elementos de la Teoría de la oxidación del dinero (Gesell, 1916), la Eutanasia Rentista (Keynes, 1936) y la Tasa Tobin (2002), que demuestran que una unidad monetaria

² Abreviatura de Wirtschaftsring, palabra alemana que significa “Círculo Económico”.

que circula a nivel local y no abandona el territorio, desencadena una mayor riqueza, que una unidad monetaria que sí lo hace. Ya que una moneda gravada y limitada en un territorio, circula de forma mucho más rápida, evitando la acumulación, al promover el intercambio; con el fin de evitar los efectos acumulativos a nivel internacional.

De esta manera, economías locales se fortalecen en tiempos de crisis, ante el uso de alternativas en moneda; ya que estimulan una red de intercambios a nivel microeconómico que ayuda a sostener a la economía cuando la moneda convencional no satisface esos requerimientos. Es decir, se tiene una mayor estabilidad interna en dichos periodos, permitiendo generar movimientos contra cíclicos (Ruddick, 2015; Mercado Social Madrid, 2020).

Adicionalmente, Lietaer et al. (2012), estableció características que comprueban que el diseño actual del sistema monetario no es sostenible, por que tiende inevitablemente a las crisis económicas. Estableciendo que existen fallos como la deflación, inflación y expansión que impiden la construcción de estructuras sostenibles (Douthwaire, 1999).

Adicional a lo anteriormente expuesto, no se permite la manifestación de la sociedad civil; lo que orilla a los pobladores a generar Economías Solidarias, donde las monedas son medios de inclusión social y cohesión entre la comunidad. A diferencia de las monedas tradicionales que se mueven en la economía, que promueven situaciones competitivas, intercambios comerciales internacionales y la reproducción del capital financiero (Rizzo, 2003).

En las sociedades, es común que el dinero no se utilice o escasee para propósitos del bien común, ya que generalmente se destinan a transacciones fuera del territorio; lo que abre la posibilidad de la creación de monedas para fines especiales (Polanyi, 1977).

Apoyando esta idea, Blanc (2002) defendió el uso de estrategias locales, definidas en la organización de los intercambios dentro de un espacio específico. De manera que, el sistema monetario existente se ajusta a la captación de ingresos, protección del espacio y dinamización local, así como la transformación de los intercambios, que estimulan el desarrollo económico en un área específica.

Por este motivo, autores como Greco (2001) y Santana (2009) mencionan sobre las ventajas en el uso de las monedas sociales: promueven la reciprocidad y el intercambio, alineado con las necesidades de la economía local, bajos costos (sin tasas de interés) y contribuyen a la articulación de economías locales autosuficientes. Donde es posible emitir otras monedas en periodos arduos, que ayuden a que los ciudadanos, empresas y comercios cuenten con mayores medios de intercambio para realizar sus transacciones y satisfacer sus necesidades, además de saldar deudas (Hirota, 2017).

Con estos elementos, Hirota (2016) estableció una clasificación de las monedas sociales (ver cuadro 1): respaldadas en moneda oficial, con bienes y servicios, emitidas por entidades públicas, basadas en la confianza mutua, emitidas como crédito bancario y fiat (palabra en latín que significa: permiso o autorización), este fiat está asociado completamente en la confianza de los usuarios, sin ningún tipo de respaldo.

Cuadro 1. Clasificación monedas sociales

Tipo	Características	Ejemplos
Monedas respaldadas con moneda oficial	Circula con base en el depósito de moneda de curso legal. Se puede reembolsar con el fin de pagar a los proveedores, impuestos, gastos adicionales, entre otros. Retiene liquidez dentro del área de aplicación.	Banco Palmas (Brasil) Chiemgauer (Alemania) Bistol Pound (Reino Unido) Berkshares (Estados Unidos) SOL- Violette (Francia) MERCOMUNA (México)
Monedas respaldadas con bienes y servicios	Referenciadas al comercio, lo que permite convertible a oxidable y resistente a los fallos de mercado internacional.	Banco de Horas Comunitario en Capilla del Monte (Argentina) Gota Verde (Honduras) Banco de Tiempo (Chile)
Monedas emitidas por entidades públicas	Usadas como medio de pago de impuestos, reactivan economías locales en periodos de crisis y restricción, estabilizando precios y frenando la fuga de capitales. Elimina procesos crediticios, permitiendo inyectar liquidez.	Patacón (Argentina) Lecop (Argentina)
Monedas basadas en la confianza mutua	Registran cada transacción de los socios; creando saldos negativos y positivos. No se cobran tasas de interés a saldos negativos, lo que evita el crecimiento exponencial de estos.	LET'S (Local Exchange Trading Systems) Bancos de Tiempo
Monedas emitidas como crédito bancario	Conceden crédito en moneda propia a tasas de interés más asequibles a la sociedad, reteniendo el poder adquisitivo dentro de la red de empresas locales.	Banco WIR
Monedas Fiat	No tienen ningún tipo de respaldo, se basan en la confianza de los usuarios en la moneda. Necesitan buena planificación para el control de masa monetaria.	Clubes de Trueque (Argentina) Ithaca Hours (Estados Unidos)

Fuente: Elaboración propia con datos de Hirota (2016).

No obstante, retomando las ideas de Gessel (1916), el crear este tipo de monedas oxidables trae un gran inconveniente, este surge con la necesidad de comprobar la validez de cada billete y recurrir a distintivos periódicamente. Sin embargo, con el desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs), se puede contrarrestar este elemento, al implementar una moneda oxidable digital o electrónica, que realice de forma automática dicha oxidación (Hirota, 2017). Bajo esta línea, la tecnología juega un papel estratégico en la implementación de monedas sociales, ya que puede propiciar un ambiente donde la oxidación en cada operación sea equivalente con el tiempo.

Por lo cual, aspectos como: la perseverancia, la organización y tenacidad de las autoridades, son fundamentales para la aplicación exitosa de una moneda social. Adicionalmente, la participación de la población, y los acuerdos que puedan generarse con empresas, resulta indispensables para propiciar mejores ambientes en el uso de la moneda en un mayor territorio. Logrando desarrollar en diversos ámbitos a la comunidad que la creó (Singer, 2013; Lietaer y Primavera, 2013).

Metodología

Para realizar un análisis de la moneda social del programa MERCOMUNA a través de la construcción de una Matriz de Indicadores para Resultados (MIR) para el período 2020-2021 considerando a los hogares afectados por la pandemia, en la CDMX, que reciben apoyo para alimentación.

La MIR está estructurada en Fin Propósito, Componente y Actividad, cada uno de ellos con aspectos que definen el eje: Indicador, Definición, Método Cálculo, Medio de Verificación, Metas y Supuestos.

Cuadro 2. MIR programa MERCOMUNA

MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS					
Indicador	Definición	Método Cálculo	Medio de Verificación	Metas	Supuestos
Fin					
Fortalecer la economía de los hogares mexicanos que han sufrido estragos provenientes de la crisis sanitaria por COVID-19					
Consumo en los hogares mexicanos	Consumo en el periodo de los hogares mexicanos.	Aumento del consumo en productos de canasta básica	Datos estadísticos del Gobierno de la CDMX	Aumentar el consumo de las 13 alcaldías	La población cumple con los registros para acceder al programa. Los negocios inscritos en el padrón cumplen las normas.
Propósito					
Otorgar billetes con valor de 350 pesos en tres quincenas a hogares afectados por la crisis de COVID-19, que esté inscritos en LICONSA o en el padrón de registro MERCOMUNA.					
Población que ha recibido billetes	Población que ha recibido billetes para consumo alimentario en el periodo	Total de billetes registrados quincenalmente comparado con el número de hogares beneficiados	Datos estadísticos del Gobierno de la CDMX	Cubrir las tres quincenas a todos los hogares beneficiados de las 13 alcaldías	La población objetivo del programa cumple los registros para acceder. El gobierno tiene la capacidad de distribuir los billetes

Componente					
Billetes y unidades necesarias para satisfacer al número de hogares beneficiados en las 13 alcaldías de CDMX que formen parte de LICONSA o estén registrados					
Número de billetes y unidades de distribución necesarios para satisfacer a los hogares beneficiados.	Número de billetes y unidades de distribución necesarios para satisfacer a los hogares beneficiados en el periodo.	Total de entregas registradas comparadas con los hogares beneficiados en cada alcaldía	Datos estadísticos del Gobierno de la CDMX	Incrementar el número de billetes y unidades de distribución para satisfacer en menor tiempo los requerimientos.	La población objetivo del programa acude por sus billetes en los periodos establecidos.
Actividad					
Billetes para satisfacer el programa.					
Porcentaje de billetes recibidos por los hogares mexicanos beneficiados	Porcentaje de billetes recibidos por los hogares mexicanos beneficiados en el periodo	Total de billetes recibidos quincenalmente comparados con los billetes requeridos para los hogares en el periodo	Datos estadísticos del Gobierno de la CDMX	Cubrir al final del periodo al 100% de los hogares beneficiados de las 14 alcaldías	Existen los recursos humanos y financieros para distribuir los billetes programados por el Gobierno.

Fuente: Elaboración propia

Para el elemento de Fin, se establece como objetivo fundamental fortalecer la economía de los hogares mexicanos que han sufrido estragos provenientes de la crisis sanitaria por COVID-19. El aspecto de Propósito se define a través del objetivo de otorgar billetes con valor de 350 pesos en tres quincenas a hogares afectados por la crisis de COVID-19, que esté inscrita en LICONSA o en el padrón de registro.

Seguido de ello, el elemento Componente se traduce en los billetes necesarios para satisfacer al número de hogares beneficiados en las 13 alcaldías de CDMX que formen parte de LICONSA o estén registrados. Finalmente, el apartado Actividad se relaciona a la generación de billetes para satisfacer el programa.

Resultados y discusión

La creación de la MIR revela un método de evaluación sencilla en la creación de diversos escenarios, producto los supuestos establecidos. Un primer escenario resulta del cumplimiento de los supuestos, generando una aplicación exitosa del program. Ya que la población cumple con los registros para acceder al programa y los negocios respetan los lineamientos de la inscripción en el padrón.

Adicionalmente, el gobierno cuenta con los recursos financieros y humanos para la distribución de los billetes; lo que permitiría acceder a todos los hogares beneficiados, en el

tiempo planificado. Logrando con estos elementos, fortalecer la economía de los hogares mexicanos; proyectando un panorama óptimo para estimular la ESS local y el bienestar social en este periodo de crisis.

No obstante, existe un segundo escenario resultado de no cumplir de los supuestos, generando una aplicación fallida del programa. En esta situación, la población no respeta ni se solidariza en el registro para acceder al programa, además de que los negocios no siguen una normativa planificada para acceder al padrón de beneficiarios.

Seguido de ello, el rol del gobierno tiene un papel fundamental; ya que, si no cuenta con los recursos financieros y humanos para la distribución de los billetes, impediría satisfacer a los hogares en el tiempo establecido. Generando condiciones de precariedad, desnutrición, enfermedad e inseguridad en la alcaldía, así como situaciones de estrés, frustración e incertidumbre en la localidad. Es decir, el escenario no sería exitoso y traería consigo una proyección ineficiente de esta moneda basada en la moneda oficial.

Finalmente, se tiene un último escenario, donde solo alguna de las partes cumpla los supuestos; sin embargo, este panorama también resulta inadecuado. Ya que no permite satisfacer las necesidades de la mayoría y desencadenas fallos adicionales a la condición inicial de escasez. En esta situación, es necesario aplicar una normativa más rígida que permita conducir bajo la ESS a la población o gobierno para posteriormente, aplicar cualquier programa de esta naturaleza.

Conclusiones

Comprender el impacto que los billetes MERCOMUNA ofrecen a la sociedad es complejo, pues visualiza diversos ejes en la vida de un individuo que no pueden ser cuantificados; sin embargo, a través de la MIR es posible conocer algunos escenarios propios del uso de monedas sociales en México. Esta contempla bajo supuestos específicos como: la existencia de recursos suficientes, organización social y atención a la normativa, un contexto con mayor inclusión.

Estas condiciones que puedan desarrollarse están asociadas en virtud del tipo de moneda emitida y la planificación del programa; ya que, al tratarse de una moneda respaldada por la moneda oficial, debe estar resguardada y vigilada por una autoridad, en este caso los representantes del programa en cada alcaldía. Adicionalmente, la planificación del programa debe ser asertiva, siendo flexible con algunos supuestos y ajustando la normativa al bien común.

De manera que sea posible una aplicación exitosa en materia alimentaria, que posteriormente pueda insertarse en aspectos como salud, vestido, educación, entre otros. Expandiendo los beneficios en la calidad de vida de los individuos afectados por la crisis.

Cuando una economía atraviesa periodos difíciles, todos los sectores que la integran se ven afectados; aspectos como el empleo, consumo y seguridad se ven mermados ante la insostenibilidad que desencadena una crisis. No obstante, son en estos escenarios donde surgen alternativas encaminadas a resguardar la integridad de los más vulnerables.

En condiciones difíciles, el significado de dinero cobra sentido dentro de la comunidad, de manera que es posible crear redes y acuerdos de confianza que permitan remediar las carencias que entre los usuarios.

Estos escenarios de confianza mutua generan transacciones particulares que reflejan las necesidades de los sistemas financieros actuales; donde aspectos como la solidaridad, la ética y la justicia son necesarios para estabilizar la economía al generar efectos atemporales que funcionen activamente.

Referencias

- Albuquerque, P. P.** (2004) Moneda Social II, en A. D. Cattani (org.), La otra economía, UNGS - Fund. OSDE - Altamira, Buenos Aires.
- Alcaldía Tlalpan** (2020) MERCOMUNA Mercado, Comunidad de Abasto y Alimentación. Recuperado de: <http://www.tlalpan.cdmx.gob.mx/mercomuna/>
- Alcañiz, G.** (2019). Las monedas sociales en la Economía Social y Solidaria: más allá de la reciprocidad, entendiendo las prácticas concretas a la luz del caso de “La Bellota”, en Revista de Antropología Social 28(2), 275-295.
- Ayuntamiento de Lebrija** (2020) Lebrija crea una moneda local para reactivar el pequeño comercio de la ciudad.
- Barraza- González, C. E.** (2017). Cooperación, políticas ciudadanas y públicas (bancos de tiempo y moneda social). Estudios políticos (México), (41), 55-79. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16162017000200055&lng=es&tlng=es.
- Blanc, J.** (2006). Les monnaies sociales: un outil et ses limites. Monnaies Sociales - Exclusion et liens inanciers - Rapport 2005/6, Éditorial Economica, París.
- Blanc, J.** (2002), “Formes et rationalités du localisme monétaire.” L'Actualité économique, vol. 78, pp. 347 – 369
- Caravaca-Barroso, I. y González-Romero, G.** (2019) Una mirada alternativa al desarrollo local. Las monedas sociales en la aglomeración urbana de Sevilla. Scripta Nova Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona. ISSN:1138-97, Vol. XXII, Núm. 621.
- Coraggio, J. L.** (1998) Las redes de trueque como institución de la economía popular. Susana Hintze: Trueque y Economía Solidaria, UNDP – UNGS – Prometeo
- Cortés-García, F.** (2008) Las monedas sociales. 4 Colección Finanzas Éticas. CAJAMAR.
- Estrada, B., Braña, F.J., Inurrieta, A. y Laborda, J.** (2013) Qué hacemos con el poder que tienen los bancos y gobiernos para crear dinero sin ningún control democrático. Torrejón de Ardoz (Madrid): Akal.
- Fuentes, F.** (2020) Iniciativa mexicana para canjear vales con forma de billete por comida. Euronews. Recuperado de: <https://es.euronews.com/2020/04/21/iniciativa-mexicana-para-canjear-vales-con-forma-de-billete-por-comida>

- García-Hernández, E., Escoto de Chávez, B., Bustamante- Estrada, R. y Turcios- Reyes, E. A.** (2013) Evaluación de la moneda alternativa como un medio que posibilita la economía solidaria: El caso de Suchitoto. *Revista Realidad* 137. Doi: <https://doi.org/10.5377/realidad.v0i137.3087>
- Gesell, S.** (1916) *The Natural Economic Order*. Recuperado de: <https://www.laeditorialvirtual.com.ar/>
- Gil, K.** (2020) Chartalismo poscolonial: el contexto histórico y teórico de las monedas solidarias en México. En Álvarez, J.F. & Marcuello, C. (Dir.) *Experiencias Emergentes de la Economía Social, OIBESCOOP*, pp. 317-343
- Gisbert, J.** (2010) *Vivir sin empleo*. Barcelona: Los libros del lince.
- Gobierno de la Ciudad de México** (2020) Mercomuna: vales de alimentos para apoyar a familias y negocios. Recuperado de: <https://covid19.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/mercomuna-vales-de-alimentos-para-apoyar-familias-y-negocios#:~:text=Los%20vales%20ser%C3%A1n%20de%20diferentes,la%20alcald%C3%ADa%20donde%20fueron%20otorgados>.
- Gobierno de México** (2020) Mercado solidario. Recuperado de: <https://www.gob.mx/covid19medidaseconomicas/acciones-y-programas/mercado-solidario>
- Greco, T. H.** (2001) *Money: Understanding and Creating Alternatives to Legal Tender*. Chelsea Green Publishing. Recuperado de: http://monetary-freedom.net/reinventingmoney/Greco-Understanding_creating_alternatives_legal_tender.pdf
- Hirota, Y.** (2016). Monedas sociales y complementarias (MSC). *Oikonomics*. 35-42. Doi: 10.7238/O.N6.1605
- Hirota, Y.** (2017) Monedas sociales y complementarias (MSCs): Sus valores socioeconómicos para distintos stakeholders. Tesis Doctoral. Universidad de Valencia. Recuperado de: https://base.socioeco.org/docs/tesis_doctoral.pdf
- Keynes, J. M.** (1936). *Teoría General sobre la Ocupación, el interés y el Dinero*. Fondo de Cultura Económica: México.
- La República** (2020) Coronavirus, paese del Molise stampa “ducati” plastificati. [Video] Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=IU8iZZ9gTRg>
- Lietaer, B.** (2005) *El futuro del dinero*. Errepar: Buenos Aires.
- Modroño- Alborés, P.** (2019) El impacto de las monedas sociales en la economía local. Trabajo de fin de grado. Recuperado de: https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/23981/ModronoAlbores_Paula_%20TFG_2019.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Orzi, R.** (2011). *Moneda social y mercados solidarios. La moneda social como lazo social*. Bue: CICCUS.

- Pérez, H.** (2020) Municipio de Italia crea su propia moneda para enfrentar la crisis por pandemia de COVID-19. Recuperado de: <https://www.diariobitcoin.com/paises/europa/municipio-de-italia-crea-su-propia-moneda-para-enfrentar-la-crisis-por-pandemia-de-covid-19/>
- Plasencia, A. y Orzi, R.** (2007). Moneda social y mercados solidarios. Potencial pedagógico emancipador de los sistemas monetarios alternativos. Buenos Aires: CICCUS.
- Primavera, H.** (2004) Moneda Social 1. La otra economía. Altamira: Buenos Aires
- Ruddick, W.** (2015) Village Market Simulator v0.2 - Seasonal Markets - Imports/Exports. [Video] Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=ExBV0D_cpMU&list=PLPUExzwZAUpaJ7uuvdhGCdWVL_ETl6DKg&index=4
- Santana, M. E.** (2009). Reinventando el dinero. Experiencias con monedas comunitarias. Recuperado de: <http://docplayer.es/2949744-Reinventando-el-dineroexperiencias-con-monedas-comunitarias.html>
- Santana-Echeagaray, M. E.** (2011) Monedas comunitarias en México y Argentina. Algunas comparaciones. Tema del trabajo 3: Diferencias contextuales y lecciones aprendidas. Recuperado de: https://socialcurrency.sciencesconf.org/conference/socialcurrency/pages/Monedas_comunitarias_en_MA_xico_y_Argentina_SANTANA.pdf
- Schuldt, J.** (1997) Dineros alternativos para el desarrollo local. Universidad del Pacífico. Centro de Investigación (CIUP).
- Secretaría de Bienestar** (2019) ¿Sabes qué es la Economía Social? Recuperado de: <https://www.gob.mx/bienestar/articulos/sabes-que-es-la-economia-social?idiom=es>
- Shephard, D.** (2011). Las monedas complementarias y la nueva realidad de las finanzas solidarias en países desarrollados y no desarrollados. Cayapa. Revista Venezolana de Economía Social, 11(21),27-56. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62222313003>
- The Economy Journal** (2021) El WIR, la moneda complementaria Suiza en activo desde 1934. Recuperado de: <https://www.theeconomyjournal.com/texto-diario/mostrar/757921/wir-moneda-complementaria-suiza-activo-desde-1934>
- Universidad de Playa Ancha Noticias** (2021) Con representantes internacionales de monedas sociales se presenta Valpo. Recuperado de: <https://www.upla.cl/noticias/2021/01/07/con-representantes-internacionales-de-monedas-sociales-se-presenta-%E2%88%80alpo/>
- Valpo Moneda Social y Comunitaria** (2021) Valpo Moneda Social y Comunitaria. Recuperado de: <https://valpomonedasocial.cl/>

CAPÍTULO 3

FACTORES ENDÓGENOS DEL DESARROLLO LOCAL

Comportamiento Organizacional de un Grupo de Productores de Chocolate de la Chinantla, Oaxaca, en el Contexto de Desarrollo Endógeno

Rosario Aide Hernández López¹

Gualdemar Delfino Felipe Reyes Cortés²

Resumen

Muchas personas en países en vías de desarrollo experimentan el resultado del proceso de globalización limitando sus economías locales y afectando sus estructuras ambientales y socioculturales. La aplicación del desarrollo endógeno en comunidades como la Chinantla Oaxaca, permite el aprovechamiento y fortalecimiento de los recursos locales, los cuales son fundamentales para el desarrollo sostenible. Dentro de los beneficios que brinda las prácticas agroforestales que se practican en el área de estudio, además de la protección del medio ambiente, es generar ingresos adicionales que contribuyen al bienestar de sus familias.

El comportamiento organizacional de las MIPyMES es otro factor importante por considerar en este estudio, en donde el factor humano y sus relaciones dentro de la organización son básicas para tener un buen ambiente laboral dentro de las empresas. El objetivo de este estudio es conocer el comportamiento organizacional de un grupo productor de chocolate en el contexto del desarrollo endógeno. El área de estudio se ubica en la comunidad de San Martín Soyolapam, Sierra Norte, Oaxaca, donde la mano de obra femenina es indispensable, ya que son quienes inician la cadena de suministro del cacao, ingrediente principal para la elaboración de chocolate.

La metodología es cualitativa de corte transversal y descriptivo, con recopilación de información a través de entrevistas semiestructuradas, observación participante y talleres participativos. Entre los principales resultados se observa que el cultivo de cacao agroforestal es un recurso local que además de contribuir a la conservación del suelo y medio ambiente, con la producción de chocolate también genera fuentes de empleo a la comunidad. Como conclusión se tiene que el comportamiento organizacional del grupo influye en la eficiencia y productividad de la organización.

Conceptos clave: Comportamiento organizacional, Microempresas, Desarrollo endógeno.

Introducción

El desarrollo endógeno empleando las palabras de Tapia (2008) quiere decir

“crecer desde adentro, se basa en la gestión de los propios recursos, estrategias, conocimientos, sabidurías e iniciativas en el proceso de desarrollo. La meta es el desarrollo basado sobre necesidades y capacidades locales, a fin de ampliar las

¹ Lic. En Contaduría. Alumna de la Maestría en Ciencias en Conservación y Aprovechamiento de Recursos Naturales del Instituto Politécnico Nacional CIIDIR Unidad Oaxaca. rhernandezl2102@alumno.ipn.mx

² Dr. En Educación, Instituto Politécnico Nacional-CIIDIR Unidad Oaxaca. wreyes@ipn.mx

opciones disponibles para la gente, sin idealizar sus visiones y prácticas locales”. (Tapia, 2008, p.19).

Por otro lado, el aporte que la micro, pequeña y mediana empresa (MIPyME) realiza a la economía de un país, como la generación de fuentes de trabajo y riquezas, como afirma Yáñez, Yáñez, y Morocho (2018) es

“muy reconocida y valorada, sin embargo, están expuestas a distintos obstáculos que les impide desenvolverse a tal grado que su crecimiento en un mercado cada vez es más cambiante y competitivo, se ven obligadas a diversificar y adaptarse a los cambios tanto del entorno como del consumidor. Además, se considera que las MIPyMES por su estructura poseen una desventaja frente a las grandes empresas en cuestión de los recursos disponibles y capacidades que poseen y determinan su competitividad”. (Yáñez., Yáñez „ y Morocho., 2018: s/p).

Así mismo, desde el punto de vista de estos autores, los recursos humanos son un elemento primordial para el crecimiento, y desarrollo de estrategias competitivas de las MIPyMES, por ello, es importante contar con un recurso humano óptimo, eficiente y comprometido que aporte significativamente con el cumplimiento de los objetivos y con el éxito de la organización. Por lo que estudiar a las personas dentro de la organización es muy imprescindible ya que de esto dependerá su desempeño y el ambiente laboral entre ellos.

Rojas (2020) argumenta que

“en las comunidades rurales dedicadas al cultivo de cacao, la mano de obra femenina es indispensable, ya que son quienes inician la cadena de suministro al cosechar las mazorcas, desgranar, fermentar, secar los granos de cacao para después convertirlos en chocolate, mientras que los hombres se encargan de las plantaciones, riego y cuidados del cultivo”. (Rojas, 2020: s/p).

Acerca de la producción de chocolate en la Chinantla, las mujeres participan en el sector productivo y en la gestión organizacional. El grupo se encuentra conformado en su mayoría por mujeres que desempeñan un papel clave en esta actividad económica. Este estudio tiene como objetivo conocer el comportamiento organizacional de un grupo de productores de chocolate en el contexto del desarrollo endógeno, que, de acuerdo con Franklin y Krieger, (2011) el comportamiento organizacional

“estudia las acciones que las personas tienen en el trabajo, con la finalidad de mejorar su desempeño y comprender mejor sus actitudes”. (Franklin y Krieger, 2011: s/p).

Contexto y descripción del grupo productor de chocolate

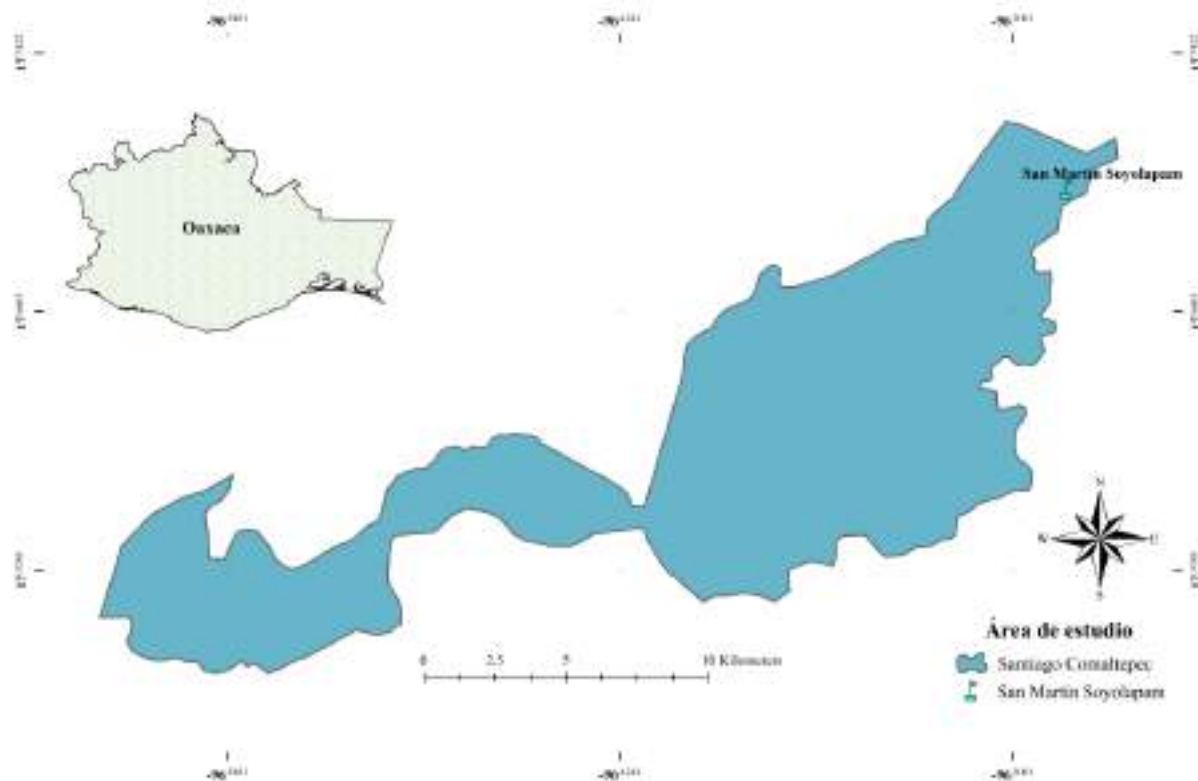
Teniendo en cuenta a Trejo (2004),

“San Martín Soyolapam es una comunidad indígena perteneciente al municipio de Santiago Comaltepec, ubicada en la Sierra Norte de Oaxaca, en las coordenadas

17°41'55" N y 96° 16' 58" O, con temperatura media anual de 24 y 28 °C, y precipitación anual de 800 a 1500 mm, con clima cálido subhúmedo" (Trejo, 2004: s/p).

La comunidad se localiza a 6 km de la desviación de Puerto Eligio; localidad ubicada en el kilómetro 63 de la carretera federal 175 Oaxaca-Tuxtepec.

Mapa 1. Mapa de Microlocalización de la Agencia de Policía de San Martín Soyolapam, Santiago Comaltepec, Sierra Norte, Oaxaca.



Fuente: Elaboración propia en ArcMap. Datum WGS84 14N

San Martín Soyolapam cuenta con 116 habitantes hablantes en su mayoría de la lengua chinanteca. El 47.41% (55) son mujeres y el 52.58% (61) hombres (S. López, Comunicación personal, marzo 2023).

“El grado de escolaridad promedio en la localidad fue de nivel básico en donde el género masculino resultó con más estudios y tan solo unas cuantas mujeres completaron su primaria. La población analfabeta es de 15.24%; las mujeres representan el 8.57% mientras que los hombres el 6.67% del total de la población en el 2020” (INEGI, 2020: s/p).

El municipio de Santiago Comaltepec donde se ubica esta agencia se considera con un “grado de marginación medio y con rezago social bajo” (IASPRS, 2022: s/p).

En San Martín Soyolapam, “la población mayor de 12 años ocupada laboralmente representa el 29.52% del total de la población. Del total de hombres, solo laboraba el 42.86% (24) y del total de mujeres solo 14.29% (7). La mayoría reconoce ser campesino y amas de casa y con pocas actividades en las que recibe una remuneración económica” (INEGI, 2020: s/p).

Esta comunidad se dedica principalmente a la ganadería que consiste en la crianza de animales como el ganado bovino para su aprovechamiento, animales de traspasio como las aves (gallos, gallinas, guajolotes, patos) y cerdos, así mismo, una de las actividades económicas con mayor participación de la mujer en la comunidad es la producción de cacao para la elaboración de chocolate ya sea para autoconsumo o para su venta. Actividad que, en los últimos 6 años, surgió como un proyecto liderado por mujeres que consiste en la producción y comercialización de cacao y chocolate agroforestal (Plan Municipal de Desarrollo 2011-2013), por lo tanto, forma parte de las actividades económicas de la comunidad desde el año 2017 hasta la fecha, permitiendo generar fuentes de empleo en localidad, así como ingresos económicos adicionales que contribuyen al bienestar de sus familias.

El grupo productor de chocolate surge en el 2017 a partir del proyecto: “Producción de cacao agroforestal en la Chinantla”. Esta iniciativa tiene como finalidad reforestar la selva chinanteca que debido a la ganadería está siendo deforestada. Estudios Rurales y Asesoría Campesina A.C ; en conjunto con los apoyos de la fundación ADO crean el primer grupo de mujeres que se dedican a la producción de cacao y chocolate en la comunidad de San Martín Soyolapam, además se encargan de impulsar al grupo dándoles seguimiento a través de talleres, asesorías que tengan que ver con la parte organizativa y mejoras del producto, así como el estableciendo vínculos en el mercado. Al respecto conviene decir que esta actividad en los últimos años ha adquirido importancia económica (Tierra Blanca, 2023: s/p).

Marco teórico

En este apartado, el desarrollo endógeno, como enfoque central de este estudio, y de acuerdo con Morales, Pérez, Riffo y Williner, (2020)

“abarca una visión holística que reconoce el potencial de los recursos locales, la preservación de la identidad cultural y el fortalecimiento de las capacidades internas como factores principales para el crecimiento sostenible de las comunidades rurales”. (Morales, Pérez, Riffo y Williner, 2020, p.45).

Además, se aborda el comportamiento organizacional como un elemento clave en la eficiencia y productividad de la microempresa de productores de chocolate, centrándose en la gestión de comunicaciones como una herramienta que permite alcanzar un ambiente laboral saludable.

Desarrollo endógeno

Para adentrarse al tema, Juárez (2013) argumenta que el desarrollo local

“parte de la hipótesis de que todo territorio tiene un conjunto de recursos materiales, ambientales, económicos, políticos y sociales que lo pueden revalorizar”. (Juárez, 2013, p. 19).

Por lo que, el desarrollo local se refiere al trabajo que impulsa el crecimiento económico, social y cultural de esa localidad en particular.

Por su parte, el desarrollo endógeno se centra en el uso de los recursos internos con los que cuenta una comunidad y no depender de agentes externos, a este tipo de crecimiento donde se aprovechan los recursos del mismo territorio es a lo que se le llama endógeno, este modelo busca movilizar factores y recursos para optimizar su uso y aprovechamiento con el objetivo de mejorar el bienestar y calidad de vida de los habitantes que forman parte del territorio, lo que lo hace un agente más de la transformación económica, social, cultural o ambiental.

En la opinión de Alonso (2006) el desarrollo endógeno es:

“aquella estrategia que persigue satisfacer las necesidades y demandas de una población local, a través de la participación de la comunidad en los procesos de desarrollo, sin restar importancia al mejoramiento de la posición del sistema productivo local en la división internacional o nacional del trabajo, logrando el bienestar económico social y cultural de la comunidad en su conjunto. Por lo que además de proponer el desarrollo productivo (agrario, industrial o de servicio) tendrá que potenciar las dimensiones sociales y culturales que inciden en el bienestar de la sociedad”. (Alonso 2006, p.119).

Desarrollo sostenible dentro del ámbito del desarrollo endógeno

Desde la posición de Brunet y Böcker, (2015)

“Partiendo de la hegemonía de la economía neoclásica nace una dispersión de estrategias sobre el desarrollo en donde era necesario vincular el desarrollo a la sostenibilidad y a la dimensión humana de la vida, conectando las prácticas cotidianas y al uso de los recursos y conocimientos locales y regionales como eje del desarrollo endógeno”. (Brunet y Böcker, 2015: s/p).

Siguiendo a estos autores y de tantas definiciones en debate sobre desarrollo sostenible se toma la definición que relaciona estos dos términos en cuanto a la necesidad de garantizar un flujo continuo de bienestar a largo plazo buscando un equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social.

En relación con lo anterior, Brunet y Böcker, (2015) comentan que

“en el campo del desarrollo territorial el desarrollo endógeno está enlazado en los procesos de globalización económica en donde hay una interrelación entre fuerzas

globales y condiciones locales produciendo resultados en términos de desarrollo". (Brunet y Böcker, 2015: s/p).

Por lo tanto, el desarrollo endógeno puede ayudar a mantener y fortalecer las tradiciones culturales, y los recursos locales tal como lo dice Tapia (2008):

"Las culturas de los pueblos indígenas, sus conocimientos y lenguas son ricos y diversos, pero existe un valor importante que comparten todos: su relación de armonía con la tierra, con la Madre Tierra". Tapia (2008, p.16).

Al respecto conviene decir que, el desarrollo endógeno trae consigo beneficios como la sostenibilidad, al enfocarse en los recursos locales existentes y así evitar una explotación excesiva de los recursos.

Comportamiento Organizacional

Chiavenato (2009) plantea que el concepto de comportamiento organizacional (CO), hace referencia al

"estudio de las personas y grupos que actúan en las organizaciones, su continua interacción e influencia entre ellos. Dentro de las principales características del CO es buscar que las personas se sientan satisfechas con su trabajo, así mismo elevar las normas de competitividad de los grupos para su éxito. También se enfoca en las contingencias, utiliza métodos científicos para formular hipótesis sobre la dinámica del comportamiento y comprobarlo empíricamente. Sin embargo, el objetivo básico del CO es ayudar a las personas y a las organizaciones a entenderse y comunicarse mejor". (Chiavenato, 2009, p.8).

Teniendo en cuenta a Molina-Sabando, Briones-Véliz y Arteaga-Coello (2016), el comportamiento organizacional

"es un eje dinamizador de la eficiencia y eficacia de las empresas, en donde la clave del éxito para cualquier organización está en la actitud de las personas que participan en ella. Para el caso de pequeños grupos de trabajo el comportamiento organizacional es esencial, viene siendo una herramienta necesaria para mejorar la eficiencia, productividad y satisfacción de los miembros del equipo, así, una buena comunicación es el resultado de una adecuada gestión organizacional". (Molina-Sabando, Briones-Véliz y Arteaga-Coello, 2016, p.500).

Gestión de las comunicaciones

Rodríguez-Candela, Fernández y Yacobi, (2013) explican que

“una buena comunicación es necesaria para garantizar que todos los integrantes de un grupo estén informados y actualizados sobre cada uno de los movimientos que vayan surgiendo en la organización. El objetivo de la comunicación es saber que se desea lograr con ella y que información se debe compartir con las partes involucradas, además de cómo se deben compartir estos mensajes. Cumplir con estos objetivos ayudará a guiar la estrategia de comunicación”. (Rodríguez-Candela, Fernández y Yacobi, 2013: s/p).

En la opinión de Follet (1996),

“la entrega de órdenes efectivas es una habilidad crítica para cualquier gerente o líder y que debe basarse en la cooperación y el diálogo en lugar de la imposición autoritaria”. Follet (1996: s/p)

Afirma que a nadie le gusta que lo manden y cuando alguien lo hace la persona siente que se le está faltando el respeto, se vuelve a la defensiva y actúa enojado o malhumorado y por consiguiente tendrá un mal comportamiento en la organización.

Metodología

Para abordar este estudio se empleó el método cualitativo, de corte transversal y descriptivo, la población objetivo se centró en un grupo productor de chocolate ubicados en San Martín Soyolapam. El método de recolección de datos fue a través de encuestas, y como técnica las entrevistas apoyadas de un cuestionario semiestructurado, con preguntas enfocadas en cómo se sienten trabajando en equipo, al tomar decisiones, y que tan satisfechas están realizando esta actividad económica, las respuestas quedaron clasificadas en una escala Likert de 5 puntos, donde 1 significa insatisfecho y 5 muy satisfecho.

También, a través de la observación participante, se pudo analizar el comportamiento de cada uno de los integrantes, además, de lo que está ocurriendo a su alrededor, y finalmente con los talleres participativos se tuvo conocimiento del proceso de elaboración de chocolate, así como de las necesidades y preocupaciones de la microempresa.

Resultados y Discusiones

En relación con la gestión de la comunicación, se encontró que cada integrante del grupo (Imagen 1), tiene muy claro las actividades a desarrollar en el proceso de elaboración de chocolate, y el día de la elaboración se reúnen todos para ir acomodando y tener todos los ingredientes, utensilios o herramientas a la mano y así lograr con éxito la producción, lo que significa que existe una buena comunicación y relación entre ellos.

Imagen 1. Integrantes del Grupo Productor de “Chocolate Soyolapam”



Fuente: ERA, 2020.

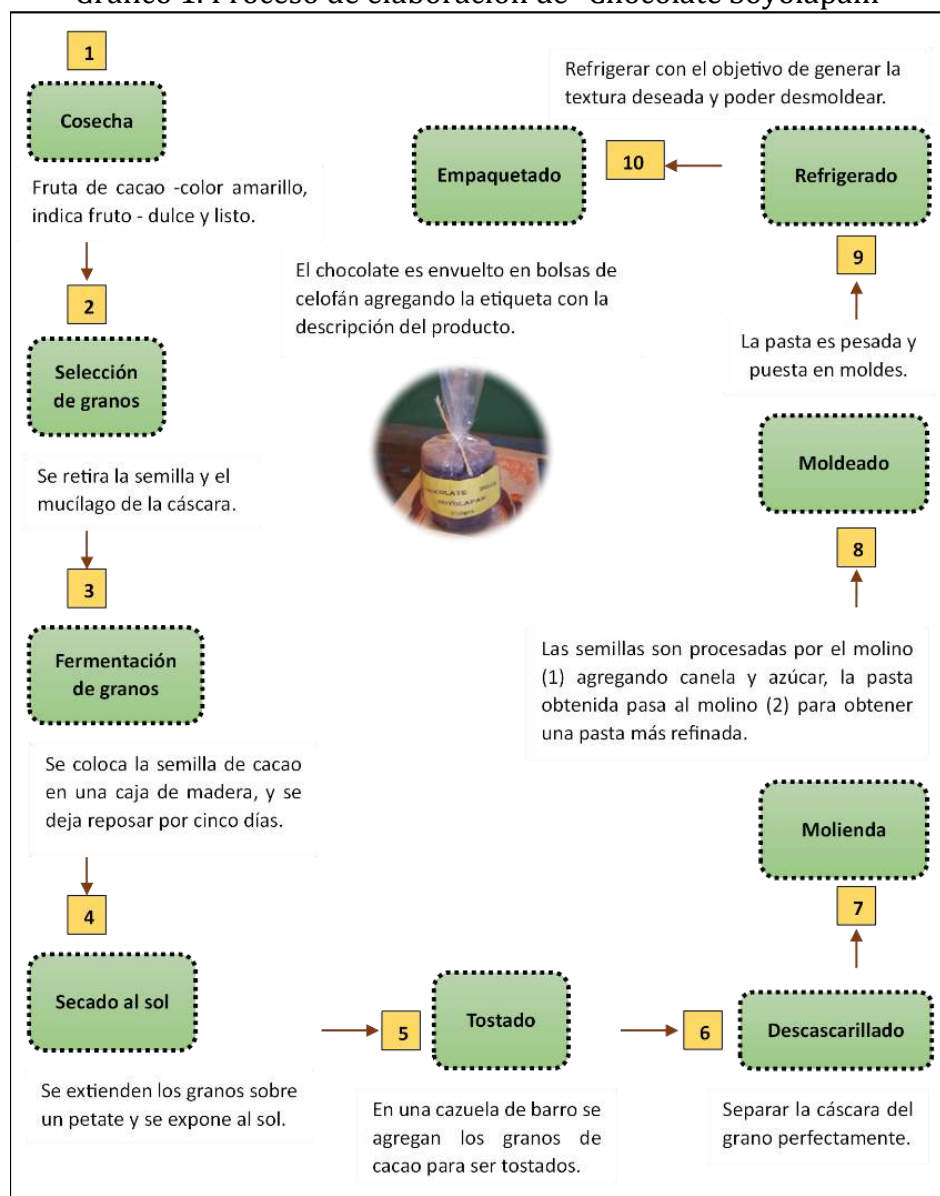
En cuanto al proceso productivo de elaboración, para el caso de “Chocolate Soyolapam” el proceso de elaboración abarca 10 etapas, la etapa uno es la cosecha, dos; selección de granos, tres; fermentación de los granos, cuatro; secado al sol, cinco; tostado, seis; descascarillado, siete; molienda, ocho; moldeado, nueve; refrigerado y diez; empaquetado y etiquetado (Gráfico 1), considerando que las primeras seis etapas son realizadas con anticipación de manera independiente por el proveedor o por cada uno de los miembros del grupo. Las otras cuatro etapas como la molienda estará a cargo por dos de sus integrantes; el moldeado por otros dos, el refrigerado una de las etapas que no requiere de tanta ayuda estará a cargo de una sola persona, y finalmente antes de ofrecer el producto y ponerlo a la venta entre todos colaboran para completar la última fase de empaquetado y etiquetado.

Siguiendo a Follet (1996)

“las personas responden mejor a las situaciones que a las órdenes de arriba hacia abajo”. Follet (1996: s/p).

En este grupo, aunque existe un responsable de administrar, coordinar y presidir las actividades a desarrollar, la gran mayoría toma la iniciativa de preguntar que se debe realizar y no son forzados a desempeñar alguna actividad que no deseen. Sin embargo, se sugiere que los integrantes reciban talleres de sensibilización en temas de compromiso y comprensión laboral para mejorar ciertas prácticas en beneficio del equipo en general.

Gráfico 1. Proceso de elaboración de “Chocolate Soyolapam”

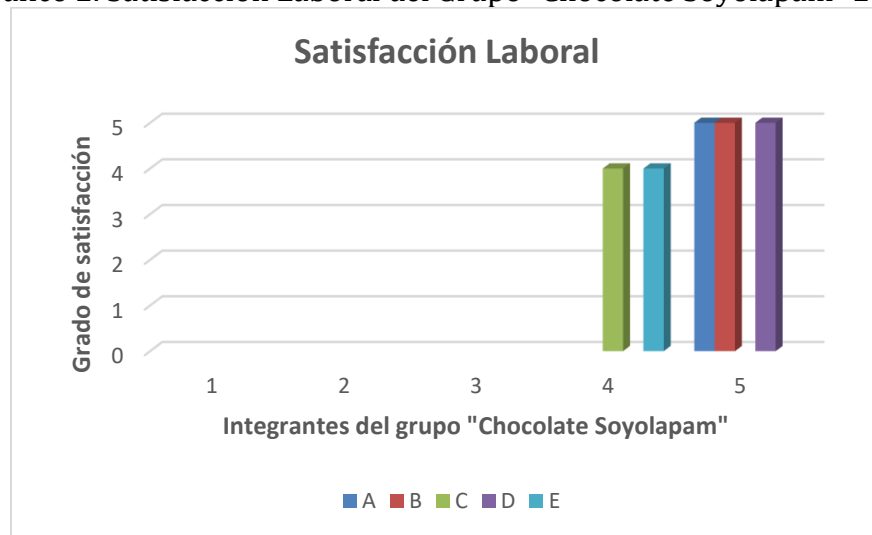


Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al nivel de satisfacción laboral, se observó que los integrantes del grupo productor de chocolate se encuentran satisfechos elaborando chocolate, además de considerar este trabajo como una actividad complementaria, tanto que la gran mayoría considera esta ocupación como un pasatiempo. Tal como se observa en el gráfico 2; donde: 1=Insatisfecho, 2= Poco satisfecho, 3= Indeciso, 4= Satisfecho y 5 Muy Satisfecho.

La planificación de las actividades, las realizan por medio de reuniones en grupo, (imagen 2), donde toman las decisiones referentes a la programación de actividades para atender los pedidos de elaboración de chocolate, para compra de insumos y establecer quien será el representante del grupo en ferias, y exposiciones, para llevar a cabo la participación en la ciudad de Oaxaca o en lugares donde son invitados.

Gráfico 2. Satisfacción Laboral del Grupo “Chocolate Soyolapam” 2023



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada al grupo productor “Chocolate Soyolapam” Abril, 2023.

Imagen 2. Reunión del grupo productor de “Chocolate Soyolapam”.



Fuente: Elaboración propia.

Los integrantes del grupo consideran que la importancia cultural y económica, de la producción de cacao agroforestal en San Martín Soyolapam es muy alta, pues constituye la principal materia prima para la elaboración de chocolate, actividad que es considerada como generadora de ingresos, empleo y bienestar de las familias en esta zona rural, y como explica Tapia (2008) es

“desarrollado por el esfuerzo de pequeños agricultores que gestionan sus propios recursos, así como la aplicación de sus conocimientos y sabidurías campesinas en el proceso de desarrollo, convirtiéndolo en un factor clave para el desarrollo sostenible”. (Tapia, 2008, p.19).

De ahí que el comportamiento organizacional en el contexto del desarrollo endógeno se encuentra vinculados dentro de la microempresa de chocolate ya que su aplicación es esencial para el éxito de la organización en eficiencia y productividad.

Con la finalidad de administrar mejor sus tiempos, organizarse mejor en cada una de sus actividades, entenderse y trabajar en un ambiente saludable, se realizó una revisión de métodos, técnicas y herramientas que permitan al grupo mejorar su eficiencia y productividad.

En la opinión de Castellano (2018)

“el método Kanban ayuda a aumentar la eficiencia de los procesos, se caracteriza por ser un sistema de señales que controla el proceso de reabastecimiento y empieza con el conocimiento de lo que el cliente demanda, hasta que se obtiene el producto final”.
(Castellano, 2018: s/p)

En este estudio, el siguiente tablero Kanban muestra actividades que los productores de chocolate deben realizar en determinadas fechas, donde se puede apreciar que en las tarjetas (post-it) se registra información sobre el producto, nombre, cantidad, fecha de entrega entre otras actividades pendientes para que no se les vaya a olvidar.

Cuadro 1. Tablero Kanban “Chocolate Soyolapam”

"Chocolate Soyolapam"				
TABLERO KANBAN AGOSTO 2023				
MENSUAL				
PEDIDOS	CANTIDAD	PUNTOS DE VENTA	LOCALIZACIÓN	FECHA DE ENTREGA
Chocolate dulce	10 KG	Comedor "El Mirador" Hotel "Valle Real"	Comedor: Sobre carretera federa Oax-Tux Hotel: San Juan Bautista Valle Nacional	15/08/2023
Chocolate Semi-amargo	25 KG			
Chocolate amargo	60 KG	Mercado orgánico	El Pochote Xochimilco. Col. Reforma. Oaxaca	
SEMANAL				
ACTIVIDAD	FECHA	PENDIENTES		
Limpieza del taller	16/08/2023	Pago CFE		

Fuente: Elaboración propia con base en Castellano, 2018.

Otro aspecto que se analizó es el tiempo, la cual es esencial en toda organización, para el grupo de productores de chocolate, les permitirá ser más eficientes, aumentar su productividad y mejorar la calidad del trabajo. Algunos aspectos por considerar para la gestión del tiempo son:

- Establecer objetivos y prioridades: es importante que el grupo tenga claro que es lo que quiere hacer o cuáles son sus objetivos, y conforme a ello darle prioridad a las tareas que requieran de más atención. Esto les permitirá enfocarse en lo más importante y no perder tiempo en actividades que no son esenciales.

- Planificar y programar el trabajo: emplear herramientas como agendas, calendarios y listas de tareas que les permita organizar sus actividades y optimizar su tiempo.
- Asignar tiempos: establecer plazos para cada tarea podría ayudar a los productores de chocolate a trabajar de manera más eficiente, asegurándose de cumplir con lo que se hayan propuesto y evitar que se retrasen en sus actividades.
- Delegar tareas: la asignación de tareas ayuda a que las actividades no recaigan en una sola persona y que el grupo sea cada vez más eficiente.

En relación con el tiempo, una de las técnicas de planificación y organización del tiempo es la Matriz de Eisenhower que, según Rodríguez et al., (2013)

“permite categorizar las tareas según su importancia y urgencia”. (Rodríguez et al., 2013: s/p).

- 1) Importante y urgente: debe realizarse inmediatamente, como por ejemplo la producción de pedidos urgentes
- 2) Importante y no urgente: tareas que son relevantes para el grupo, pero que no requieren de atención inmediata como son el recibir capacitaciones, asistencia a talleres etc.
- 3) No importante pero urgente: son tareas que pueden ser urgentes pero que son necesarias para lograr el éxito del negocio, como es el caso de la búsqueda de otros canales de distribución.
- 4) No urgente ni importante: es el último en la lista de prioridades, en donde las cosas pueden esperar, uno de los ejemplos de esta categoría es darles mantenimiento a los equipos empleados para la producción de chocolate.



Fuente: Elaboración propia con base en Rodríguez et al., 2013.

Por otra parte, el capital humano de acuerdo con Yáñez., et al., (2018) es

“el elemento más importante que una organización posee y al mismo tiempo el más complicado de dominar y controlar por tener diferentes criterios y formas de pensamiento”. (Yáñez., et al., 2018: s/p).

Considerando lo anterior a este grupo se le sugiere lo siguiente:

- Selección y contratación de personal: el grupo productor de chocolate debe asegurarse de contar con un proceso de selección que permita atraer y retener a sus mejores integrantes y a través de las entrevistas conocer cuáles serían las limitantes de cada uno de ellos, disponibilidad de tiempo y sus metas.
- Formación y desarrollo: es importante que sus integrantes asistan a programas de capacitación, cursos de formación presenciales o en línea, con el objetivo de mejorar sus habilidades y conocimientos en diferentes áreas como el de producción, marketing, ventas, y en la conservación y aprovechamiento de sus recursos naturales, entre otras.
- Comunicación efectiva: que permita transmitir de manera clara y oportuna la información relevante para los que integran el grupo, como sus objetivos, políticas y procedimientos, cambios en la estrategia, entre otros.
- Retribución y beneficios: uno de los aspectos a considerar en este apartado son los incentivos por desempeño y la flexibilidad en sus horarios.

Un equipo de trabajo, capacitado, motivado y comprometido, puede mejorar la calidad de sus productos, aumentar su productividad, pero sobre todo aprovechar sus recursos de manera sustentable y sostenible por lo que “Chocolate Soyolapam” busca tener el personal adecuado y desarrollado para lograr sus objetivos y cumplir con las expectativas de sus clientes además de “crecer desde adentro”.

Conclusiones

En el estudio del comportamiento organizacional de la microempresa “Chocolate Soyolapam” se han identificado elementos clave que juegan un papel fundamental en el fomento del desarrollo endógeno y en el aprovechamiento de los activos territoriales que ayudan con el aumento de la eficiencia de los procesos de producción.

Los integrantes de la microempresa han mostrado una buena coordinación, comunicación efectiva y valores que les está permitiendo crecer. Su compromiso y trabajo ha permitido una gestión eficiente de los recursos locales, como lo es el cacao. Conviene decir que el recurso humano que integra este grupo genera conocimiento, habilidades, comportamientos y actitudes que cumplen una función muy importante dentro de la organización.

Por su parte, el uso responsable de los recursos naturales ha asegurado la actividad productiva y ha posicionado a la microempresa de productores de chocolate como un ejemplo de éxito en la región al realizar sus cultivos bajo sistemas agroforestales. En San

Martín Soyolapam, la producción de cacao ha sido practicado desde ya hace algunos años, sin embargo, las personas no le habían dado tanta importancia que hasta dejaron de producirlo. Actualmente, son las mujeres de esta comunidad quienes están retomando esta actividad con gran interés.

Con este estudio se observa que el papel proactivo que los actores sociales realizan en sus entornos permite el análisis del comportamiento organizacional sobre elementos que contribuyen a promover y/o mejorar las capacidades de los agentes para aprovechar los activos territoriales, aumentar la eficiencia de los procesos de producción y posicionar los sistemas productivos de base territorial como vías de desarrollo endógeno local-regional. Donde es de considerarse de suma importancia la implementación de mecanismos de innovación de las empresas, aun cuando se trate de zonas rurales hay mucho por hacer en beneficio de las poblaciones más marginadas y que requieren de estrategias para mejorar sus sistemas productivos para construir un mejor futuro.

Agradecimientos

Particular agradecimiento a los productores de chocolate de San Martín Soyolapam, Santiago Comaltepec, Sierra Norte, Oaxaca, por permitir el análisis de su actividad económica, así también al Instituto Politécnico Nacional quien a través de la Secretaría de Investigación y Posgrado otorgó el financiamiento para el proyecto SIP 20230178.

Referencias

- Alonso, A.**, (2006), "Desarrollo territorial y desarrollo endógeno." Economía y Desarrollo, Vol. 139, núm.1, pp.113-124. Disponible en : <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425541309005>. Consultado: 27 de Julio de 2023
- Brunet , Ignasi, y Böcker.** (2015). Desarrollo sostenible, humano y endógeno. Estudios sociológicos, 33(98), 311-335. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S244864422015000200311&lng=es&tlng=es. Consultado: 29 de julio de 2023
- Castellano, L.** (2019). Kanban. Metodología para aumentar la eficiencia de los procesos. 3C Tecnología. Glosas de innovación aplicadas a la pyme, 8(1), pp. 30-41. Disponible en: https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2019/03/ART.-2-TECNO-Ed.-29_Vol.-8_n%C2%BA-1-1.pdf. Consultado: 18 de julio de 2023
- Chiavenato, I.** (2009). *Comportamiento organizacional*. México: McGraw-Hill. Disponible en: <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/2873>. Consultado el 20 de julio de 2023.
- Follett, M. P.** (1996). The giving of orders. In Shafritz, J.M. & Ott, J.S. (Eds.). Classics of organization theory (pp.156-162). Disponible en: http://www.vicmont.org/sjuweb/Coursework%20Web/EDU%205571/PDF/Frames/Follett_HR.pdf. Consultado el 12 de julio de 2023.

- Franklin, F. E., & Krieger, M. J.** (2011). Comportamiento organizacional . México: Pearson Educación. Disponible en: <https://ozkarinconsultor.files.wordpress.com/2019/02/comportamientoorganizacional.pdf>. Consultado el 13 de julio de 2023.
- Informe Anual sobre la Situación de Pobreza y Rezago Social** IASPRS. (2022). Disponible en: <http://sisplade.oaxaca.gob.mx/sisplade/>. Consultado: 22 de julio de 2023
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía Oaxaca** INEGI. (2020). Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>. Consultado: 27 de junio de 2023
- Juárez, G.** (2013), "Revisión del concepto de desarrollo local desde una perspectiva territorial". Revista Líder, Vol.23, pp.9-28 Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4959019>. Consultado: 27 de julio de 2023)
- Molina-Sabando, L, Briones-Véliz, I, y Arteaga-Coello, H.** (2016). El comportamiento organizacional y su importancia para la administración de empresas. Revista científica, dominio de las ciencias, Vol.2, núm.4, pp. 498-510. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5802885>. Consultado: 23 de julio de 2023.
- Morales, R. Pérez, L. Riffo, y Williner, A.** "Desarrollo territorial sostenible y nuevas ciudadanías: consideraciones sobre políticas públicas para un mundo en transformación", Documentos de Proyectos (LC/TS.2020/180), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2020. Disponible en: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/46579-desarrollo-territorial-sostenible-nuevas-ciudadanias-consideraciones-politicas>. Consultado el 26 de julio de 2023.
- Plan Municipal de Desarrollo** (2011-2013). Santiago Comaltepec. Disponible en: https://www.finanzasoxaca.gob.mx/pdf/inversion_publica/pmds/08_10/458.pdf. Consultado: 27 de octubre de 2023
- Rodríguez-Candela, S, Fernández, I, y Romero, J.** (2013). La gestión integral de proyectos. 1-452. Disponible en: <https://books.google.com.ec/books?id=RQGgAQAAQBAJ&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>. Consultado: 20 de julio de 2023
- Rojas, E.** (2020). Cacao Ecológico y los Sistemas de Producción Agroforestal. (Consultado: 20 de julio de 2023) Disponible en: <https://cakawa.com/cacao-ecologico-y-los-sistemas-de-produccion-agroforestal/>. Consultado: 20 de julio de 2023
- Tapia, P.** (2008). Aprendiendo el desarrollo endógeno : construyendo la diversidad biocultural. Bolivia. AGRUCO. Disponible en: http://biblioteca.clacso.edu.ar/Bolivia/agruco/20171003033916/pdf_544.pdf. Consultado el 02 de julio de 2023.
- Trejo I.** (2004). Clima. Página 67-85. En: A. J. García-Mendoza, M. J. Ordóñez y M.A. Briones-Salas (eds.), Biodiversidad de Oaxaca. Instituto de Biología, UNAM-Fondo Oaxaqueño para la Conservación de la Naturaleza-World Wildlife Fund, México.605

Tierra Blanca Mx (2023). Juana Zerete. Disponible en:
<https://www.tierrablanca.org/paginas/juana-zerete>

Yáñez, M. M, Yáñez, J. R, & Morocho, J. M. (2018). Importancia de los recursos humanos en las micro, pequeñas y medianas empresas del Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 89-93. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200089. Consultado: 15 de julio de 2023

ANEXO

Imagen 3. Agencia de Policía San Martín Soyolapam



Fuente: Elaboración propia

Imagen 4. Elaboración de "Chocolate Soyolapam"



Fuente: Fuente: ERA, 2020.

Imagen 5. Chocolate dulce, amargo y semi-amargo.



Fuente: Elaboración propia.

Retos de la economía social y solidaria, en Oaxaca. El caso de las microempresas de mezcal de Santiago Matatlán, Oax. (2020-2022)

Othón Cesáreo Ríos y Vázquez¹

Karla De Los Ángeles Pablo Calderón²

Ruth María Ortiz López³

Resumen

Debido a la crisis económica global del capitalismo 2020-2022, que se vio acentuada por tres factores del entorno: la pandemia Covid-19, la inflación global, producida por el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania y por la 3ª y 4ª Revolución Tecnológica, que han generado un importante desempleo de la población, hecho que ha impulsado a la sociedad a llevar acciones o estrategias alternativas al capitalismo para la subsistencia. En esta búsqueda, ha surgido desde el siglo pasado la corriente de la “Economía Social y Solidaria” (ESS), que pone énfasis en el aprovechamiento de la economía del sector popular para impulsar organizaciones y empresas sociales que producen bienes y servicios, basadas en principios de solidaridad y participación, mientras persiguen objetivos económicos y sociales. (Fonteneau, 2010). En esta investigación se considera que este modelo de ESS podría ser una opción viable y conveniente para que el estado de Oaxaca y sus localidades, pudieran alcanzar una mayor competitividad, reactivación de su economía, bienestar social y un sendero sostenible y sustentable, en virtud del gran potencial del sector de economía popular, representado por sus microempresas informales, que representan el 81.7% (INEGI, 2022). Sin embargo, también se considera que el aprovechamiento de este potencial se enfrenta a varios retos que es necesario hacerles frente, como son: la desigual competencia en los mercados de empresas capitalistas; la falta de una política pública más contundente de difusión, capacitación y apoyo financiero, fiscal y de tipo social a este modelo de ESS; los insuficientes recursos y acceso al financiamiento de emprendedores de organizaciones sociales; la resistencia al cambio de una racionalidad económica tradicional a una moderna y la falta de conocimiento y comprensión de este modelo por parte de la población. Con este hilo conductor, se está llevando a cabo un diagnóstico de la situación actual de los microproductores informales de mezcal de Santiago Matatlán, Oax. para identificar los retos a los que se enfrentan y las estrategias necesarias para adoptar el modelo de organización de la ESS.

Conceptos Clave: 1. Crisis, 2. Economía popular, 3. Economía Social y Solidaria

¹ M.C. en Desarrollo Regional, Universidad Veracruzana, México, Profesor investigador del TecNM/Instituto Tecnológico de Oaxaca, othon.ryv@oaxaca.tecnm.mx

² Dra. en ciencias en Planificación de empresas y Desarrollo Regional, TecNM/Instituto Tecnológico de Oaxaca, karlapcalderon1@gmail.com

³ Maestra en ciencias en Administración. TecNM/Instituto Tecnológico de Oaxaca, ruthmary@itoaxaca.edu.mx

Introducción

En las últimas décadas la economía globalizada del capitalismo de mercado, ha padecido constantes crisis económicas, la última y la de mayor impacto ha sido la del período 2020-2022 provocada por la Pandemia Covid-19, por la inflación económica generada por el conflicto bélico de Rusia y Ucrania así como por el desplazamiento de los empleos por el incremento en el uso de las modernas tecnologías de la información y comunicación y por la inteligencia artificial y la robotización. Esta crisis económica generó en México, y en todo su territorio, una disminución de la actividad económica, el cierre de negocios, aumento del desempleo, pérdida de ingresos y disminución del nivel de bienestar para la población en general, pero principalmente para los más marginados y competitivamente mas débiles, incrementándose la pobreza y ensanchándose las desigualdades en relación con el resto de las entidades del país.

Ante este sombrío panorama económico y como respuesta ante tal calamidad, ha crecido y ha tomado fuerza, la economía del sector popular, para generar el empleo y los ingresos necesarios para la subsistencia, a través de la organización de empresas informales de tipo familiar y comunal en las áreas urbanas y rurales, mediante la producción y venta de bienes, alimentos o productos manufacturados de consumo inmediato y servicios relacionados con el transporte de alimentos o limpieza para la población cercana a su entorno inmediato. Esta fuerza económica social, es un potencial (si se organiza adecuada y eficientemente) para impulsar el crecimiento económico sostenido de un territorio. Ante este antecedente, ha cobrado importancia, la corriente de la Economía Social y Solidaria como un modelo de organizaciones productivas que buscan el bienestar social y que pueden aprovechar ese potencial que ofrece la economía del sector popular, como una de las alternativas al modelo económico del capitalismo. Es en este contexto, que la presente investigación “Retos de la economía social y solidaria en Oaxaca una alternativa al modelo capitalista de crecimiento económico: el caso de Santiago Matatlán, Oax.” pretende contribuir al análisis de los obstáculos para aprovechar el potencial de la economía del sector popular oaxaqueño para impulsar la economía social y solidaria, como un modelo de organización económica mas eficiente que contribuya al crecimiento económico y al combate de la pobreza.

1.-Antecedentes. La crisis generada por la pandemia covid-19 nos puso a reflexionar a toda la humanidad, en temas relacionados con la importancia de la vida, la subsistencia, la salud, la educación, el daño a la naturaleza y en la profundización de las desigualdades socioeconómicas en el mundo, reflexiones estas, que generaron también un repudio al neoliberalismo capitalista, debido a la generación de una crisis económica que asentó la marginación, pobreza y desigualdades en la población de los territorios que no son competitivos para atraer la inversión, como es el caso del estado de Oaxaca que en las últimas décadas no ha podido salir del penúltimo lugar en competitividad estatal (IMCO, 2022).

Los impactos de esta crisis económica en el período del 2020 al 2022, se caracterizaron por el desempleo y el subempleo, en virtud de las medidas de confinamiento y distanciamiento social impuestas por el gobierno para contener la propagación del virus de la pandemia Covid-19; las empresas tuvieron que reducir su personal o cerrar, siendo los mas afectados la población menos preparada y con menores ingresos, que no tienen

seguridad laboral y tienen mayor dificultad para encontrar empleo. Derivado de este fenómeno se dio consecuentemente un aumento de la pobreza, principalmente en el sector de la población de condiciones económicas más precarias, por la pérdida de sus empleos y la dificultad de mantener la subsistencia familiar.

Así mismo, el confinamiento y distanciamiento social necesario para evitar más la propagación de la pandemia, empujó a la humanidad a hacer uso en todas sus actividades de las tecnologías de la información y comunicación (TICs) pero, principalmente en las actividades económicas, mediante la aplicación de la digitalización, la automatización e inteligencia artificial, en los procesos de producción de bienes y servicios, lo cual generó un ahorro considerable de mano de obra y un incremento en el desempleo, desplazando la mano de obra menos capacitada para las competencias que exigen las nuevas tecnologías.

En Oaxaca, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática y su Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (2022), la tasa de desempleo fue de 1.28% y el porcentaje de pobreza fue de 41.9%. De este universo, el 43.1% (cerca de 1,762,800 personas) estaba en situación de pobreza moderada, mientras que el 23.3% en situación de pobreza extrema (alrededor de 951,800 personas). El porcentaje de pobreza en Oaxaca es 24.4 puntos porcentuales mayor que el porcentaje nacional.

Estrategias de subsistencia

Esta situación generó las condiciones para mantener e impulsar dos estrategias tradicionales de subsistencia económica de la población oaxaqueña: la emigración a los Estados Unidos de América (USA) y el emprendimiento familiar de microempresas, como una alternativa a la falta de oportunidades de empleos dignos y bien remunerados.

- a) La emigración de trabajadores oaxaqueños a USA en búsqueda de empleo y mejores ingresos para la subsistencia de sus familias es una tradición que se remonta a la década de 1940, al amparo del Programa internacional temporal de Braceros con USA, y después de su terminación, se volvió una alternativa para la población oaxaqueña más golpeada por las desigualdades, marginación y crisis económica del sistema capitalista mexicano. La emigración oaxaqueña se da, en su mayoría, por motivos económicos y emigra la PEA más joven y mejor capacitada en actividades agrícolas, de construcción, manufactura y servicios, con la esperanza de enviarles remesas en dólares a sus familias. En el 2020, emigraron 35,936 personas al extranjero y 93 de cada 100 se fueron a los Estados Unidos de América para encontrar trabajo (INEGI, 2021)
- b) El emprendimiento de microempresas familiares informales de comida rápida, de servicios de transporte, de limpieza, de venta de artesanías, etc. con el fin de allegarse ingresos para cubrir las necesidades básicas de la familia. Las actividades económicas de tipo informal en México y en Oaxaca son muy importantes, ya que funcionan típicamente como un sostén de las bajas tasas de desocupación. Oaxaca es según el INEGI, una de las entidades del país con las tasas (81.7%) más altas de informalidad laboral (INEGI, 2022).

Alternativa al modelo capitalista

Sin embargo, otra alternativa a la marginación de mano de obra que genera el capitalismo en su afán de maximizar sus ganancias, ha sido a nivel mundial, el modelo de Economía Social y Solidaria (ESS) que surgió en 1844, con la primera cooperativa de artesanos que trabajaban en las fábricas de algodón en la localidad de Rochdale en USA. (INAES 2021)

La economía social y solidaria es un modelo de organización que a diferencia de la empresa capitalista que persigue primordialmente maximizar las ganancias de su propietario y la acumulación económica de capital, ésta busca maximizar el bienestar de sus socios y de la comunidad en donde se localiza, se basa en la cooperación y solidaridad y busca promover valores sociales de equidad y sostenibilidad. Este modelo, a diferencia de las microempresas informales que se desarrollan en entidades con alta marginación como Oaxaca, pretende con la fuerza asociativa de los trabajadores o productores, tener una mayor eficiencia económica y mayor esperanza de vida mediante un crecimiento económico sostenible a largo plazo, con interés en los asuntos sociales y el cuidado al medio ambiente, a diferencia de las microempresas informales, que solo pretenden solucionar su problema individual o familiar de subsistencia económica a corto plazo,

Potencialidades de Oaxaca. Oaxaca es una entidad con muchas potencialidades de recursos productivos, que no han sido bien aprovechados, ni bien administrados para detonar un mayor crecimiento económico en beneficio del nivel de vida de su población.

Sin embargo, si tenemos en consideración que la ESS es una buena estrategia para Oaxaca, en la tarea de impulsar un mayor empleo y bienestar social a la población, entonces también debemos considerar dos importantes potencialidades que dispone para impulsar el desarrollo del modelo de economía social y solidaria:

- 1.- Un gran sector de economía popular representado por, las microempresas informales del sector popular, en diferentes actividades y distribuidas en todo su territorio, que representan el 81.6% de su planta productiva. Es una fuerza para considerar la ESS, porque estas microempresas, pueden al unirse, en cooperativas o asociaciones de diversa actividad económica, contribuir con mayor eficiencia a la generación de empleos, al desarrollo local y a la disminución de las desigualdades (INEGI, 2022).
- 2.- La alta participación comunitaria de la población, teniendo en cuenta los 417 municipios (73.2%) de usos y costumbres de un total de 570 municipios con que cuenta la entidad. Sin embargo, podemos decir que esta alta participación comunitaria de la que se caracteriza el pueblo oaxaqueño, no ha sido aún aprovechada en toda su potencialidad para generar empleos y bienestar social de sus integrantes, por lo que muchas comunidades acuden a la estrategia de la emigración para conseguir empleo y mejores salarios

Planteamiento del Problema. En esta investigación se considera que es necesario aprovechar esas potencialidades que tiene Oaxaca y sus localidades como Santiago Matatlán, para impulsar el modelo de economía social y solidaria, sin embargo el problema que se observa con este modelo, es que a pesar de sus bondades para el desarrollo de Oaxaca y de

sus localidades como el caso de Santiago Matatlán, se enfrenta con desafíos que deben ser superados para lograr su mayor aprovechamiento.

Propuesta de explicación. Así en esta investigación y a manera de propuesta consideramos que los principales desafíos que enfrenta el modelo de Economía Social y Solidaria en Oaxaca en general y en Santiago Matatlán en particular, son en el ámbito externo:

- El dominio de las empresas capitalistas en el mercado de bienes y servicios y de insumos, que generan una desigual competencia en los mercados.
- La falta de una política pública más contundente de difusión, capacitación y apoyo financiero, fiscal y de tipo social a este modelo de ESS y en el ámbito interno:
 - Los insuficientes recursos y acceso al financiamiento de emprendedores de organizaciones sociales,
 - La resistencia al cambio de una racionalidad económica tradicional a una racionalidad económica, social y sustentable moderna y competitiva,
 - La falta de capacitación y comprensión del modelo de la economía social y solidaria y su marco legal e institucional por parte de la población oaxaqueña.

Justificación. Se considera que esta investigación es pertinente en virtud del necesario análisis de la problemática actual que se vive en el mundo, en México, en Oaxaca y en sus localidades como lo es Santiago Matatlán en particular:

- Las corrientes y enfoques dominantes del desarrollo empresarial que se basan sustancialmente en el paradigma economicista del capitalismo, sin embargo los constantes cambios generados por las crisis y las diferentes realidades de los pueblos, como Oaxaca, con una sociedad altamente arraigada a su cultura y costumbres, nos obligan a pensar en caminos alternativos al capitalismo, como el de la economía social y solidaria para lograr enfrentar el reto del mejoramiento de vida de la población.
- Oaxaca y sus localidades tienen muchas potencialidades productivas que no se aprovechan eficientemente, en esta investigación se pretende aprovechar la economía del sector popular, representada por las microempresas familiares, mediante estrategias de política económica que las induzca a formar organizaciones de economía social y solidaria, para generar más empleo, eficiencia productiva y bienestar para los socios y sus localidades.
- Con este análisis se pretende contribuir a la disminución de las desigualdades, marginación y pobreza que se padece en Oaxaca en general y en particular en la localidad de Santiago Matatlán.

Objetivo general. Formular estrategias para superar los desafíos que actualmente enfrenta el desarrollo del modelo de la economía social y solidaria en Oaxaca, mediante el análisis particular del caso de las microempresas productoras de mezcal de Santiago Matatlán Oax. (2020-2022).

Marco Teórico

El sistema económico mixto. Podemos decir que actualmente en la sociedad humana, no existe un sistema económico único que afronte el problema económico fundamental de la subsistencia humana, generalmente se dan en los países, sistemas de economías mixtos con un sistema dominante en el que conviven los otros dos. Un enfoque sobre el concepto de economía mixta, es el de Jose Luis Coraggio, que en su libro “Las tres corrientes del pensamiento de la Economía Social y Solidaria”, señala que toda economía puede ser analizada como compuesta por tres sectores o formas de organizar los procesos económicos: (a) el empresarial privado, (b) el del estado o público, (c) el de economía popular (Coraggio, 2012)

a) El Sector de economía empresarial privada. es un sector de la población que se organiza como un subsistema más o menos articulado de empresas de capital. El sentido de este sector es acumular capital, ganar sin límite, y para ello competir y ganar y, para lograrlo, aplicar la racionalidad instrumental. Según la ideología económica hegemónica, para sobrevivir en el sistema de mercado, toda forma económica tiene que asumir esos criterios. En una sociedad capitalista, el tipo ideal de empresa de capital, sus categorías fundamentales son: capital invertido, costos, ingresos, ganancias media por su masa o por su tasa respecto al capital, estructura del capital (circulante, etc.), crédito, riesgo. Su articulación está dada por el mercado, pero en el mercado real se forman y actúan grupos económicos concentrados, sistemas de clusters y subcontratación, hay empresas formadoras de precios, etc. que operan lejos de la utopía del mercado competitivo de libre competencia.

b) El sector de economía estatal o pública. Abarca las unidades administrativas de organización de los estados: instancias de gobierno central, presidencia, ministerios, estados, municipios, empresas públicas, organizaciones que proveen servicios públicos (como la escuela o el hospital), y para funcionar requieren recursos económicos que provienen del sistema fiscal tributario y de lo que producen sus empresas o del crédito. Su sentido, no siempre es el mismo para cada partido de gobierno o para cada segmento del subsistema. En general pueden ser: incentivar y orientar la inversión y el proceso de crecimiento nacional, asegurar la gobernabilidad del sistema, acumular poder y, finalmente lograr el bien común. Uno puede subordinar a los demás, o darse una combinación más pareja de todos ellos. Sus categorías centrales son: presupuesto, gasto, ingresos fiscales, deuda pública, déficit o superávit, tasas de interés (“riesgo país”). Su articulación está dada por la rígida estructura burocrática y verticalista que une sus elementos.

c) El sector de economía popular. Tiene como base de organización económica las unidades domésticas, básicamente los hogares, sus extensiones (organizaciones económicas de diverso tipo) y las comunidades. Este sector, lejos de estar articulado como tal, es magmático, uye, cambia de formas. Puede pasar de un peso importante de la inserción en el mercado de trabajo en relación a la dependencia por la migración, la dependencia del mercado, etc. Si acumula es a niveles elementales, como inversión inmediata para los emprendimientos, o en la vivienda y sus instalaciones (esta acumulación no es de capital, sino

de formas de la riqueza para su uso. Su sentido es la reproducción biológica y social de la vida de sus miembros en las mejores condiciones posibles. Sus categorías principales son: ingresos, consumo, hibridación de recursos, oportunidades de trabajo, emprendimientos, programas asistenciales, ayuda mutua, condiciones y calidad de vida. Su articulación está dada por relaciones de mercado (generalmente altamente competitivas), así como por relaciones de redistribución y reciprocidad vinculadas a diversos tipos de afinidades. Las intersecciones entre los tres sectores reflejan formas mixtas como una empresa “mixta” (privada-estatal), o una empresa de servicios públicos con participación de los usuarios. Entre los tres sectores hay intercambios mercantiles pero también transferencias unilaterales monetarias o no monetarias (subsidios, impuestos, donaciones, bienes públicos, remesas, etc.) cuya evolución, estructura y tendencias deberemos estudiar en cada caso concreto (Coraggio, 2012).

El capitalismo neoliberal y la crisis global. El capitalismo neoliberal ideológico y económico asumido como pensamiento y modelo económico único, e impulsado y promovido por la globalización en las últimas décadas, ha profundizado las asimetrías económicas y sociales entre la población a escala mundial y ha buscado restituir la tasa de ganancia del capitalista, principalmente del sector financiero, por medio de políticas económicas regresivas. Para Coraggio (2011) “El neoliberalismo que tomó impulso desde la década de los ochenta ha provocado «la exclusión masiva del empleo, la erosión de los salarios y de los derechos sociales, la concentración ampliada de la riqueza, la liberación de un mercado globalizado feroz en sus castigos al que no puede competir, la expansión de un llamado sector informal que se fagocita a sí mismo por la competencia salvaje por la supervivencia».

Actualmente, se atraviesa una de las crisis periódicas y de múltiples dimensiones de este mundo hipercapitalista, la más evidente es la actual crisis económica derivada de la Pandemia Covid-19, la inflación causada por el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania: no obstante, el concepto de crisis capitalista no se refiere solo a lo económico, también incluye dimensiones fundamentales, como la ecológica, la social y la política.

Diego Raus (2020), señala que “En la fase histórica contemporánea del orden capitalista -globalización y neoliberalismo-, se registra una situación de desplazamientos, migraciones forzadas y expulsiones de los miserabilizados del orden formal. Una fase, entonces, en donde la desigualdad es un hecho y una consecuencia y ya no un resultado adverso que hay que reequilibrar. La desigualdad, flagrante, estruendosa, cruel, es la forma social de esta etapa histórica de la economía del capital”. Este autor identifica cuatro desigualdades que ha generado este sistema capitalista : en primer lugar, la Desigualdad Económica, señalando que la misma, al interior de las sociedades políticas, no es patrimonio exclusivo de países pobres, sino de países pobres con producción de riqueza; la Desigualdad Social, definida por la percepción subjetiva del orden en que cada uno está ubicado en la sociedad de clases; la Desigualdad Política, evidenciada en una política que ya no se legitima en la reducción de la inequidad (modelo Welfare State) sino por la administración y gestión de esa misma inequidad; por último, la Desigualdad como Forma del Mundo, o la desigualdad asumida en todos los órdenes de la vida, es decir, en la vida cotidiana. Una desigualdad que se manifiesta sensiblemente en la autopercepción, que se da sobre todo en la individualidad

más que en la colectividad, que deviene vergonzante y humillante y se manifiesta, como reacción y rebelión, en la rabia y el odio.

Las revoluciones tecnológicas en el capitalismo y en el empleo. En las diversas fases del capitalismo se han presentado cambios que repercuten directamente en la vida y el trabajo, dado que dicho sistema económico y político se encuentra en un axioma que cohesiona los estratos más íntimos del ser humano, y que hoy en día va hacia una conquista de lo molecular y biológico. El capitalismo promueve en su ideología una gran maquinaria donde los recursos naturales, las personas, las empresas, las políticas públicas, los gobiernos, etc., se encaminan en conjunto a la producción enajenante del capital. Esto es un proceso de producción universal que cuando entra en crisis, —y para impedir que la economía se desplome— necesita reconfigurarse para seguir avanzado y funcionando (Castillo, 2022).

Las revoluciones tecnológicas han coadyuvado a revitalizar al capitalismo, han tenido un impacto significativo en su desarrollo y en el empleo a lo largo de la historia. Cada revolución tecnológica ha llevado consigo cambios en la economía y en la forma en que se desarrolla el trabajo.

El impacto de la revolución tecnológica se relaciona directamente con un cambio en el modo de vivir del ser humano, en la cultura, costumbres, etc. Un resultado directo de las revoluciones tecnológicas es el desarrollo de los millenials o generación marcada fuertemente por la era del conocimiento.

Las revoluciones tecnológicas han impulsado el crecimiento económico al aumentar la eficiencia y productividad en diversos sectores. Esto ha permitido que las empresas generen mayores ingresos y expandan sus operaciones, lo que a su vez ha fomentado la acumulación de capital y la concentración de riqueza en ciertos grupos.

Sin embargo, estos avances tecnológicos también han traído consigo desafíos en términos de empleo. La automatización y la implementación de tecnologías avanzadas han llevado a la eliminación de ciertos puestos de trabajo, especialmente aquellos que son rutinarios y repetitivos. Esto ha causado preocupación por la pérdida de empleos y el desplazamiento de trabajadores.

El desempleo tecnológico es el fenómeno que se produce al introducir avances en las tecnologías de producción y de servicios de las empresas sustituyendo a los trabajadores por máquinas, y es potestad tanto de las empresas como de los gobiernos implicarse en que su impacto real sea el menor posible.

Por otro lado, las revoluciones tecnológicas también han creado nuevos trabajos y oportunidades en sectores emergentes. La tecnología ha generado la necesidad de profesionales especializados en campos como la programación, la inteligencia artificial, el análisis de datos y la ciberseguridad, entre otros.

El impacto neto de las revoluciones tecnológicas en el empleo depende de diversos factores, como la rapidez con que se implementan las nuevas tecnologías, la capacidad de adaptación de los trabajadores y las políticas gubernamentales que se implementen para abordar los cambios en el mercado laboral.

En general, las revoluciones tecnológicas han sido una fuerza impulsora del progreso económico, pero también han planteado desafíos significativos en términos de empleo y distribución de la riqueza. El futuro dependerá de cómo la sociedad y las empresas aborden estos cambios y trabajen para garantizar que los beneficios de la tecnología se distribuyan de manera equitativa (Castillo, 2022).

La necesidad de un paradigma alternativo al capitalismo. El paradigma del capitalismo ortodoxo ha llegado a manifestar crisis frecuentes, en virtud de que genera una desigual distribución del crecimiento económico, concentrándose éste en pocos países en general y en pocas personas en particular, generando una desigual distribución del bienestar social, en la mayoría de la sociedad. No hay duda, por lo tanto que bajo los fundamentos económicos neoliberales, lo social no reviste ninguna importancia, por lo que no se puede hablar de justicia o equidad social, desde este paradigma economicista, que ha mantenido subordinado a sus intereses, lo social, lo político y lo medioambiental, demostrando así que no es el camino para el logro de un desarrollo integral para la humanidad. Por ello, han surgido desde el siglo pasado varias corrientes de pensamiento sobre el desarrollo de la sociedad, independientes al enfoque economicista, entre los más connotados están: el Desarrollo Sustentable propuesto por la Organización de Naciones Unidas y el de la Economía Social y Solidaria propuesto en la práctica por la organización de trabajadores, comunidades rurales como respuesta a la falta de oportunidades que ofrece la racionalidad economicista del capitalismo.

a) El desarrollo sustentable como una alternativa al desarrollo capitalista

En virtud de las desigualdades sociales y la pobreza generada a la población más débil del planeta y el daño al medioambiente por el voraz consumo de los recursos naturales y el calentamiento global generado por la industrialización y la racionalidad economicista del desarrollo capitalista, en el 2015 los 193 estados miembros de la ONU aprobaron la “Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible” como una visión transformadora hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental, como un nuevo paradigma del desarrollo que fue definido por la Comisión Brundtland como “el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras, para satisfacer sus propias necesidades”, haciendo énfasis en la necesidad de lograr un equilibrio entre las dimensiones de la economía, lo social y lo ambiental para alcanzar la sustentabilidad. Para ello dicha Agenda se propuso en el 2030, lograr 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible con 169 metas de carácter integrado e indivisible que abarcan las esferas económica, social y ambiental (Brundtlandt. 1987)

b) La economía social y solidaria como una alternativa al capitalismo.

La Economía Social y solidaria es otra de las alternativas al capitalismo, que se complementa con el concepto de organizaciones empresariales sustentables. Este modelo de empresa social tiene su origen en el asociacionismo obrero del siglo XIX, cuando los obreros se organizaron y surgieron las primeras cooperativas y sociedades mutualistas de la era moderna, ante la degradación de las condiciones de vida y el desempleo que generó la

revolución industrial. El primer grupo que se organizó bajo este esquema fueron 28 artesanos que trabajaban en las fábricas de algodón de la localidad de Rochdale en 1844. Estos pioneros decidieron que era hora de que se tratara a los consumidores de manera honesta, con transparencia y con respeto, que estos debían poder participar de los beneficios según su contribución y debían disponer del derecho democrático de tomar parte en las decisiones del negocio. En 1862, en Alemania, Friedrich Wilhelm Raiffeisen y Franz Hermann Schultz-Delitsch desarrollaron otro modelo cooperativo y crearon las primeras cooperativas de crédito. Desde entonces el modelo ha crecido, se ha expandido a otros sectores, y ha inspirado el desarrollo de las cooperativas financieras en todo el mundo. Como se puede apreciar surge esta corriente en respuesta a la pobreza y el desempleo que generó el capitalismo industrial (INAES, 2021). De acuerdo con el Instituto Nacional de la Economía Social (INAES) “La economía social y solidaria (ESS) es un conjunto de iniciativas socioeconómicas y culturales que se basa en un cambio de paradigma basado en el trabajo colaborativo de las personas y la propiedad colectiva de los bienes. se basa en un cambio de paradigma basado en el trabajo colaborativo de las personas y la propiedad colectiva de los bienes”. La ESS busca generar relaciones de solidaridad y confianza, espíritu comunitario y participación en la sociedad, fortaleciendo procesos de integración productiva, de consumo, distribución y ahorro y préstamo para satisfacer las necesidades de sus integrantes y comunidades donde se desarrollan.

La ESS genera un modo solidario, justo y diferente de hacer economía, buscando una transformación social y puede ser aplicado a cualquier tipo de empresa o iniciativa. Una de las características más importantes de este modelo es que la propiedad es colectiva (todos son dueños), es decir, los socios centran su acción en el trabajo colaborativo, buscando un equilibrio entre resultados económicos y objetivos sociales, la gestión es autónoma y transparente entre todos los miembros y no está ligada directamente con el capital o aportaciones de cada socio, sino al bienestar en conjunto (INAES, 2021).

La racionalidad económica tradicional y la moderna. La racionalidad es la capacidad de tomar decisiones y acciones basadas en la lógica, la razón y la evaluación objetiva de información disponible. Implica tomar elecciones que se consideran las más adecuadas o razonables para alcanzar un objetivo específico o satisfacer una necesidad. En el contexto filosófico y cognitivo, la racionalidad se refiere a la habilidad de pensar, analizar, resolver problemas y tomar decisiones de manera coherente y consistente con los principios lógicos y las evidencias disponibles.

En el ámbito de la economía, la racionalidad económica se basa en la idea de que los individuos y las organizaciones buscan solucionar el problema económico de “qué, cómo y para quién producir” tomando decisiones en un contexto de recursos limitados.

Es importante tener en cuenta que la racionalidad puede variar entre individuos y situaciones, ya que las personas están influenciadas por sus creencias, valores, emociones y limitaciones de información. La toma de decisiones racionales no siempre implica una elección óptima o perfecta, sino que se basa en el proceso de pensar de manera lógica y considerar los factores relevantes en una situación determinada.

La racionalidad económica se refiere a la forma en que los individuos y las organizaciones toman decisiones en el ámbito económico. En este contexto, la racionalidad económica capitalista se basa en el principio de maximización de utilidad o beneficios, donde los agentes económicos intentan tomar las decisiones que les permitan alcanzar sus objetivos de manera eficiente.

En términos simples, un agente económico se considera racional cuando elige la opción que, en su opinión, le proporcionará el mayor beneficio o utilidad dado su conjunto de preferencias y restricciones. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la racionalidad económica no siempre implica que las personas tomen decisiones óptimas o perfectamente informadas. Los individuos pueden estar sujetos a sesgos cognitivos, información limitada o influencias emocionales que afecten sus elecciones.

Además, la racionalidad económica también se aplica a nivel macroeconómico, donde los gobiernos y las políticas económicas se diseñan con el objetivo de maximizar el bienestar general de la sociedad, aunque en este caso, las decisiones pueden ser más complejas y estar sujetas a diversos factores políticos, sociales y culturales. En una economía capitalista, la racionalidad se caracteriza por ciertos principios y comportamientos que guían las decisiones económicas de los individuos y las empresas.

La racionalidad en una economía capitalista contempla las siguientes características:

1. **Búsqueda de maximización de beneficios:** La racionalidad en una economía capitalista se basa en la idea de maximizar los beneficios económicos. Tanto las empresas como los individuos buscan tomar decisiones que les permitan obtener la mayor ganancia posible con los recursos disponibles.
2. **Competencia y libre mercado:** La competencia es una parte esencial de la racionalidad en una economía capitalista. Los actores económicos buscan obtener ventajas competitivas para atraer clientes y aumentar sus ganancias. En un sistema de libre mercado, los precios y las cantidades de bienes y servicios se determinan por la oferta y la demanda en un ambiente de libre competencia.
3. **Propiedad privada:** La racionalidad en una economía capitalista se basa en el derecho a la propiedad privada. Los individuos y las empresas tienen la libertad de poseer, controlar y utilizar los recursos y medios de producción que les pertenecen.
4. **Incentivos individuales:** La racionalidad en una economía capitalista se fundamenta en la idea de que los incentivos individuales impulsan el comportamiento económico. Se espera que las personas y las empresas tomen decisiones que maximicen sus propios intereses y, al hacerlo, contribuyan al bienestar general a través de la búsqueda del beneficio propio.
5. **Innovación y emprendimiento:** En una economía capitalista, la racionalidad promueve la innovación y el emprendimiento. La búsqueda de beneficios impulsa a las empresas a desarrollar nuevos productos, servicios y tecnologías para atraer a los consumidores y ganar ventaja competitiva.

6. División del trabajo y especialización: La racionalidad en una economía capitalista implica la división del trabajo y la especialización. Las empresas y los trabajadores tienden a enfocarse en actividades específicas en las que son más eficientes y productivos.

Es importante señalar que la racionalidad en una economía capitalista está guiada por la lógica del mercado y la interacción entre la oferta y la demanda, lo que puede llevar a un funcionamiento eficiente del sistema económico, pero también puede dar lugar a desigualdades y externalidades negativas que deben ser abordadas a través de políticas y regulaciones adecuadas.

Una racionalidad económica tradicional se caracteriza por tener ciertas pautas y características específicas, algunas de las principales son:

1. Basada en costumbres y tradiciones: En una economía tradicional, las decisiones económicas y las actividades productivas se rigen principalmente por las costumbres, normas y tradiciones transmitidas de generación en generación. Los métodos de producción, distribución y consumo siguen patrones establecidos a lo largo del tiempo.
2. Uso limitado de tecnología: Las tecnologías y métodos de producción en una economía tradicional tienden a ser sencillos y conservadores. La adopción de nuevas tecnologías es mínima, ya que se prefiere mantener las prácticas tradicionales.
3. Economía centrada en la comunidad: Las relaciones sociales y comunitarias son fundamentales en una economía tradicional. La producción y el intercambio de bienes y servicios se realizan en pequeñas comunidades y se basan en la reciprocidad y la solidaridad.
4. Divisiones laborales tradicionales: Existe una división del trabajo basada en la tradición y la especialización por género y edad. Ciertas tareas y roles son asignados según las costumbres culturales y la experiencia.
5. Economía de subsistencia: La principal preocupación de una economía tradicional es satisfacer las necesidades básicas de la comunidad. La producción se enfoca en la subsistencia y el autoabastecimiento, en lugar de buscar beneficios económicos a gran escala.
6. Baja movilidad social y laboral: Las oportunidades de movilidad social y laboral son limitadas en una economía tradicional, ya que las personas tienden a seguir las ocupaciones y roles que sus ancestros han realizado durante generaciones.

Las economías tradicionales han sido reemplazadas en gran medida por las economías de mercado y planificadas en el mundo moderno. Sin embargo, en algunas áreas rurales o culturas específicas, como las de Oaxaca, todavía pueden encontrarse rasgos de economías tradicionales coexistiendo con otros sistemas económicos más avanzados.

En resumen, la racionalidad económica es un concepto central en la teoría económica que busca entender y explicar cómo los individuos y las organizaciones toman decisiones para optimizar su bienestar y alcanzar sus objetivos en un contexto de recursos limitados.

Metodología

Esta investigación se apoya en el método deductivo, el cual parte de premisas generales para llegar a explicar casos particulares, para ello seguimos los pasos de observar la problemática social que las crisis económicas del capitalismo han generado y proponer una explicación de dicho fenómeno y deducir las consecuencias más sobresalientes de la propia explicación.

En virtud de que la problemática es eminentemente social y muy compleja por los factores eminentemente dialécticos que intervienen, nos apoyamos también en el tipo de investigación cualitativa, ya que prioriza el descubrir y refinar preguntas de investigación mediante la observación, es decir con datos sin medición numérica, en este caso de los desafíos que implica adoptar la economía social y solidaria en Oaxaca como alternativa al modelo capitalista de desarrollo. Por ello, en esta investigación lejos de hacer referencia a procedimientos cuantitativos y estadísticos, se plantea el análisis de las cualidades de las variables de estudio tanto la dependiente, como es la disminución del empleo y bienestar social de la población por las crisis económicas del capitalismo, como las independientes como son el reto de la economía del sector popular de aprovechar la economía social y solidaria como un modelo alternativo al capitalismo.

Asimismo, podemos decir que esta investigación se caracteriza por ser también de tipo aplicada, descriptiva, explicativa, estratégica y propositiva.

Alcances y límites.- El Objeto de estudio “ceteris paribus” son los desafíos del entorno externo e interno de los microproductores de mezcal, que a manera de hipótesis se ha propuesto, anteriormente, como obstáculos al desarrollo del modelo de economía social y solidaria en Oaxaca en general y de manera particular en la localidad de Santiago Matatlán, Oax.

- El estudio siguiendo el método inductivo, parte del análisis particular de Santiago Matatlán, Oax. para obtener conclusiones generales en el estado de Oaxaca.
- El diseño de la investigación se apoya en el modelo de la planeación estratégica, el cual se limita a la fase de la planeación, ya que las fases de la implementación y evaluación requiere de más tiempo y recursos.
- Los límites temporales que abarca este análisis son principalmente del 2020 al 2022 ya que los sucesos de la realidad cambian más aceleradamente que el análisis teórico.

Diseño de la investigación. En virtud de que el objetivo general de la investigación es formular estrategias para superar los desafíos de la economía social y solidaria en Oaxaca, el diseño metodológico de la investigación se basa en el modelo de análisis estratégico de Fred R. David (2013), el cual se basa en:

- a) La elaboración de un diagnóstico (análisis estratégico), en el que se evalúa el entorno externo mediante la identificación de las amenazas y oportunidades que tiene el modelo de la ESS, así como del entorno interno (Oaxaca) y la identificación de las fortalezas y debilidades que tiene la ESS para su desarrollo, una vez identificadas las principales fortalezas de estos entornos, el siguiente paso será con esa información.
- b) Elaborar una Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) de posición estratégica (PE), la cual permite conocer la situación en la que se encuentra el modelo de ESS en el estado de Oaxaca, después
- c) Elaborar la matriz FODA (EA) de evaluación de la acción, la cual tiene el objetivo de determinar el valor en que se sitúan los cuatro tipos de estrategias: 1.- Defensivas (Fortaleza + Amenaza), 2.- Ofensivas (Fortaleza + Oportunidad), 3.- de Reorientación (Debilidad + Oportunidad) y de Supervivencia (Debilidad + Amenaza).
- d) Definir Los objetivos y estrategias a implementar a corto plazo (1 año), mediano plazo (2 años) y largo plazo (3 años)

La población o universo objeto de estudio de esta investigación, es el personal ocupado en la economía del sector popular del estado de Oaxaca en general y en particular la de los 108 microproductores de mezcal de Santiago Matatlán, identificados en la investigación de campo en particular. En la investigación cualitativa, la decisión sobre el mejor modo de obtener los datos y de quién o quiénes obtenerlos se tomará en el campo, ya que los participantes del estudio nos resultan desconocidos cuando lo iniciamos y es la propia información obtenida la que va guiando el muestreo (Crespo, 2007).

El tipo de muestra que se usará es la no probabilística que en este caso es de 57 micro productores de mezcal. Asimismo, es de carácter deliberado ya que se seleccionarán con base en el propósito de la investigación. Es decir es una muestra intencional con entrevistados que cumplan con el propósito de la investigación (Muguira, 2017).

Investigación Documental y de Campo. La recolección de la información se llevará a cabo con guías de entrevistas para informantes calificados, guías de entrevistas y talleres con los dueños de los negocios familiares o microempresas, con las autoridades comunales, guías de registro de la información documental captada.

Análisis estratégico

Características generales de Santiago Matatlán

Santiago Matatlán es una comunidad zapoteca situada en los Valles Centrales de Oaxaca, se encuentra a 45 kilómetros de la ciudad de Oaxaca, cerca de Matatlán, hay otros lugares emblemáticos de Oaxaca, como Mitla y Tlacolula. En la siguiente fotografía, se aprecia su ubicación con el punto azul.



Por sus características agrícolas y costumbres ancestrales en el cultivo del agave y la fabricación del mezcal, Santiago Matatlán se ha convertido, con el paso de los años, en la “Capital Mundial del Mezcal”. Hoy en día el mezcal es una bebida muy demandada en el mercado nacional e internacional y las regiones con Denominación de Origen productoras de mezcal en México como Santiago Matatlán, se han dedicado a mantener viva la tradición de producir la bebida, por lo que es una de las comunidades que dependen económicamente de la producción y el cultivo del maguey.

De acuerdo al INEGI en el 2020 esta localidad, tenía 3,687 habitantes de los cuales el 92.24% es indígena. Dentro de todos los pueblos del municipio, ocupa el número dos en cuanto a número de habitantes. Santiago Matatlán está a 1,725 metros de altitud. En Santiago Matatlán, la población analfabeta es del 5.70%, el 19% de las personas han terminado la educación secundaria y el 16% de las viviendas dispone de computadora personal, laptop o tablet (Pueblos America, 2021)

A pesar del creciente posicionamiento del mezcal en el mercado nacional e internacional, sus habitantes, dedicados principalmente a la fabricación de esta bebida y la agricultura, registran altos niveles de marginación y pobreza. Lógicamente podemos considerar que los ingresos por la industria del mezcal de Santiago Matatlán no generan grandes beneficios, lo cual explica los altos niveles de marginación, además del fenómeno de migración. El municipio en el 2020 alcanzó un grado de marginación alto (CONAPO, 2020) y un grado de rezago social medio. De acuerdo con el CONEVAL (2020) la población en pobreza extrema fue en el 2020 de 30.5% y de pobreza moderada de 58.3%.

El contexto externo

El entorno externo se compone de una multitud de factores de indole económico, político, social, cultural, tecnológico y medio ambiental que tienen un impacto significativo en las actividades económicas de la población y que son ajenos a estas, por lo que no se pueden manipular por las empresas. En el caso de los micro productores de mezcal de Santiago Matatlán, y de acuerdo con las entrevistas a los 57 informantes, como son funcionarios públicos y productores de mezcal de la comunidad, se pudo identificar los siguientes factores del entorno externo que actúan de manera negativa y positiva para la actividad económica que realizan y para las posibilidades de impulsar organizaciones de la economía social y solidaria:

Amenazas

- Los efectos de la inflación en el mercado de bienes y de insumos. La inflación es un alza sostenida en los precios tanto de bienes y servicios, como de los insumos que se requieren en la producción. Según datos del INEGI, durante los primeros dos meses del 2022 la inflación creció 7.55 por ciento, prácticamente lo mismo que el año del 2021, que fue de 7.56 por ciento, lo cual hace que cada vez sea más difícil conseguir los bienes de la canasta básica. Esto trae una problemática severa y que la población se encuentre en una situación vulnerable, económicamente hablando.

El total de productores de mezcal entrevistados coincidieron que este fenómeno ha traído como consecuencia que haya aumentado el precio de los insumos que requieren para producir el mezcal, como es el salario de la mano de obra, el agave o piña que se requiere, el combustible para el cocimiento, el transporte, etc. Esta situación ha conducido al alza de precio del mezcal a granel y envasado, por lo que han disminuido los ingresos de los productores y el bienestar de sus familias. De continuar este fenómeno, se prolongará la incertidumbre, lo que llevaría a una mayor disminución de la inversión y el gasto por parte de las empresas y los consumidores del mezcal.

-El dominio de las empresas capitalistas productoras de mezcal en el mercado. De acuerdo a más del 70% de los 57 productores entrevistados, las empresas capitalistas productoras de mezcal que existen en Oaxaca, tanto pequeñas, medianas y grandes, que tienen una marca registrada, marbete en sus botellas y avances tecnológicos y modernos en sus procesos de producción y comercialización, han incrementado su producción y presencia en el mercado, por lo que los micro productores quedan marginados de los mercados a los que acceden en virtud de su tecnología obsoleta y su falta de modernización, todo ello por la falta de capital suficiente.

- El insuficiente apoyo financiero , fiscal del gobierno a las mipymes. A pesar de la gran necesidad de financiamiento para cubrir sus necesidades de liquidez, los productores de mezcal señalaron en su mayoría, tener nulo o insuficiente apoyo financiero y fiscal del gobierno, así como nulo acceso a la banca privada, en virtud de que son empresas informales y muchas veces no tienen aval para los préstamos, situación que trae como consecuencias: reducir personal o cerrar, lo que contribuiría al desempleo, la inestabilidad laboral, e incremento de la pobreza. El insuficiente apoyo económico fiscal y social a las microempresas ha tenido un efecto negativo en la economía local, el empleo, la equidad y la diversidad empresarial. Por ello es importante que los gobiernos federal, estatal, municipal y las instituciones apoyen a estas empresas, ya que desempeñan un papel vital en el tejido económico y social de una sociedad.

- Débil política de apoyo al modelo de economía social y solidaria de los gobiernos. El gobierno mexicano ha implementado políticas y programas para promover la economía social y solidaria. Algunas de las características clave de esta política son: el reconocimiento institucional de este modelo con la publicación el 23 de mayo del 2012 en el Diario Oficial de

la Ley de Economía Social y Solidaria y la creación del Instituto Nacional de Economía Social (INAES) con la tarea de fomentar la economía social en México.

Sin embargo, esta misión no ha sido muy eficiente, pues el 85% de los 57 micro empresarios de mezcal entrevistados, señaló no conocer el modelo de economía social y solidaria y los apoyos que ofrece el INAES, ello se debe muy probablemente a que han sido insuficientes los recursos de que dispone esta institución; la complejidad burocrática; los cambios en la dirección política, etc. Lo que si hay que resaltar es que si se desea realmente encontrar un camino eficiente al combate a la marginación y pobreza y un desarrollo regional más equitativo, por lo que es necesario impulsar una política más eficiente y comprometida para apoyar el modelo de la ESS.

-Los efectos del cambio climático en la producción del agave. Como los efectos de las sequías en el 2022 y por los efectos destructivos para la tierra y las cosechas por las tormentas en temporadas de huracanes, son algunos de los impactos más significativos ya que generan disminución de la disponibilidad de agua, por el aumento de las temperaturas, como las registradas en el 2023, que llevaron a una mayor evaporación y reducción de la disponibilidad de agua, lo que afecta la irrigación y el riego de cultivos.

Oportunidades

Sin embargo a pesar de las amenazas que ofrece el entorno actual, hay que señalar que éste también ofrece oportunidades como son:

- **Mercado nacional e internacional del mezcal en crecimiento.** El crecimiento por el gusto de esta bebida a nivel nacional e internacional, ha sido un fenómeno que ha ofrecido una gran oportunidad para los microproductores de mezcal para incrementar la producción y comercialización y para aprovechar estos mercados potenciales.
- **Organismos públicos y privados de apoyo a la economía social y solidaria.** Aunque débil y mal organizada, hay programas del sector público e iniciativa privada que ofrecen apoyo a los productores de mezcal, que con una buena estrategia se pueden aprovechar para bajar fondos financieros, descuentos fiscales, seguridad social, capacitación como en el INAES, etc. Solo se requiere cumplir con algunos requisitos como el de formalizar los negocios.
- **Préstamos de gobierno a la producción agrícola y agroindustrial.** Existen organismos de la banca oficial como Nacional Financiera S.A. entre otros bancos, que ofrecen créditos a los productores que se pueden aprovechar para mejorar la tecnología y los sistemas de producción y comercialización de los micro productores de mezcal.
- **Avance tecnológico en la producción y comercialización del mezcal.** Actualmente el avance tecnológico en maquinaria y equipo productivo así como en la información y las comunicaciones ha avanzado notablemente para impulsar la productividad en las empresas. Esta es una gran oportunidad que ofrece el entorno a los productores que debían aprovechar.

-Asesoría del sector público y privado para ser una organización sustentable. Existen actualmente varios organismos del Sector Público y Privado que ofrecen asesoría y capacitación a los micro productores par producir y comercializar mejor, más aún para organizarse mejor, como es el caso del INAES que ofrece capacitación para crear organizaciones de la Economía Social y Solidaria, como puede ser una cooperativa.

En resumen, las microempresas productoras de mezcal de Santiago Matatlán Oax. tienen diversas oportunidades para su desarrollo y el aprovechamiento de estas oportunidades dependerá de su capacidad para adaptarse a las demandas del mercado, innovar, mejorar la calidad de sus productos y acceder a apoyos gubernamentales y financieros disponibles.

El contexto interno

Debilidades

-La racionalidad económica tradicional. Una de las grandes debilidades de los microempresarios de mezcal es su racionalidad tradicional ante un mundo que camina cada día de manera acelerada hacia la modernidad en la producción, comercialización y consumo. De los 57 mezcaleros que se entrevistaron, el 88% dijo que producían básicamente para el autoconsumo, el 78% de los productores prefieren producir mezcal con las tecnología y métodos surgidos por los usos y costumbre y el 90% vende sus productos en los mercados regionales a los intermediarios, a granel principalmente. Esta situación ocasiona que sus precios sean muy bajos y casi estén más abajo de sus costos totales. La racionalidad económica tradicional puede plantear desafíos para las microempresas, especialmente cuando se aplican estrictamente en entornos donde estas empresas enfrentan condiciones y limitaciones únicas.

Algunas de las características que se observaron en esta investigación, es que: Las microempresas mezcaleras, a menudo tienen acceso limitado a información y recursos comparado con grandes empresas, lo que dificulta la toma de decisiones "racionales" basadas en datos exhaustivos; tienen dificultades de acceso a financiamiento lo que limita su capacidad para invertir y expandirse, incluso si la lógica económica sugiere que sería beneficioso hacerlo; tienen una planeación a corto plazo debido a la necesidad de generar ingresos inmediatos para su subsistencia, en lugar de buscar a largo plazo la eficiencia económica; tienen aversión al riesgo, las teorías económicas del capitalismo a menudo asumen que los actores económicos son racionales y tienen una actitud neutral hacia el riesgo, pero las microempresas tradicionales pueden ser más adversas al riesgo debido a su vulnerabilidad y limitados recursos; las microempresas mezcaleras, suelen operar en entornos más volátiles y cambiantes, lo que puede requerir una mayor adaptabilidad y flexibilidad que no siempre se refleja en la racionalidad económica tradicional.

Es importante tener en cuenta que la racionalidad económica tradicional puede proporcionar algunas herramientas y conceptos útiles para que este tipo de microempresas tomen decisiones informadas y estratégicas, como la de adoptar el modelo de organización de economía social y solidaria, con un enfoque más amplio que considera también aspectos

sociales, ambientales y culturales que pueden ser beneficiosos para el éxito y sostenibilidad de las microempresas. Sin embargo, es fundamental reconocer las limitaciones y peculiaridades de las microempresas y adaptar los enfoques económicos para que sean más adecuadas a sus circunstancias particulares.

-La informalidad empresarial. La informalidad se le denomina al conjunto de empresas, trabajadores y actividades que operan fuera de los marcos legales y regulatorios. Conlleva a la evasión de la carga impositiva y regulatoria pero, a la vez, a no gozar plenamente de la protección y los servicios que la ley y el Estado pueden proporcionar. Esta característica no solo está presente en Santiago Matatlán, sino en la mayoría de las localidades oaxaqueñas y representa un obstáculo a la actividad económica y al bienestar social pues no pueden acceder a los apoyos y beneficios económicos y sociales como la salud que el Estado otorga.

- El intermediarismo comercial. El intermediarismo en la producción del mezcal se refiere a los agentes económicos que realizan la actividad comercial y se apropian de una parte considerable del valor generado en las unidades de producción. Es decir, los intermediarios o coyotes, se aprovechan de su trato directo con los microproductores de mezcal comprando su producto barato y vendiéndolo a precios mas elevados en otros mercados fuera de Oaxaca, esta situación mina los ingresos de los productores y el bienestar de sus familias

Los intermediarios comerciales pueden afectar a las microempresas de diversas maneras, tanto positivas como negativas, dependiendo del contexto y la relación entre ambas partes. Algunos de los efectos más comunes son: pueden ayudar a las microempresas a llegar a nuevos mercados y clientes, a los que de otra manera sería difícil acceder debido a limitaciones de recursos o alcance; pueden encargarse de la distribución y logística de los productos de las microempresas, lo que les permite centrarse en la producción y evitar problemas logísticos; los intermediarios pueden promover y publicitar los productos de las microempresas, aumentando su visibilidad y ayudando a construir una reputación en el mercado; los intermediarios comerciales pueden negociar con compradores en nombre de las microempresas, asegurando precios justos y condiciones favorables de venta; la utilización de intermediarios puede implicar el pago de comisiones o tarifas, lo que puede afectar los márgenes de beneficio de las microempresas; dependiendo del nivel de participación de los intermediarios, las microempresas pueden perder cierto grado de control sobre la comercialización y distribución de sus productos.

Es importante que las microempresas evalúen cuidadosamente las ventajas y desventajas de trabajar con intermediarios comerciales y consideren factores como el alcance de su negocio, el nivel de control que desean mantener, las oportunidades de crecimiento y las condiciones de los acuerdos comerciales. La selección adecuada de intermediarios puede ser fundamental para el éxito y crecimiento de las microempresas en el mercado.

-La falta de capacitación y comprensión del modelo de la economía social y solidaria
En la entrevista a los productores de mezcal el 85% manifestó desconocer qué significa la

organización de empresas de economía social y solidaria, esto deja ver la falta de capacitación y comprensión de este modelo que puede ser un obstáculo significativo para los pequeños productores por varias razones: desconocimiento de oportunidades; dificultades en la organización; falta de acceso a recursos; barreras culturales y sociales; falta de sostenibilidad y poco poder de negociación.

Para superar estos obstáculos, es esencial brindar capacitación y educación a los pequeños productores sobre los principios y beneficios del modelo de economía social y solidaria. También es importante fomentar la creación de espacios de encuentro y diálogo entre productores para que puedan compartir experiencias y aprender juntos sobre cómo implementar el modelo de manera efectiva. De esta manera, se puede fortalecer la economía social y solidaria y mejorar las condiciones de vida de los pequeños productores y sus comunidades.

-Falta de servicios públicos de seguridad social. De las entrevistas realizadas a los 57 micro productores de mezcal el 87% manifestó no tener ningún servicio social de salud. La falta de servicios de seguridad social puede tener impactos significativos en las microempresas, tanto para los empleadores como para los empleados. Algunos de los efectos negativos son los siguientes: riesgos de salud y seguridad; ausentismo y baja productividad; rotación de empleados; carga financiera para los empleadores; menor retención de talento; impacto en la reputación de la empresa; limitaciones para el crecimiento.

Para abordar estos desafíos, es fundamental que los gobiernos y las autoridades públicas implementen políticas y programas que faciliten el acceso a servicios de seguridad social asequibles y de calidad para los trabajadores, incluyendo aquellos empleados en microempresas. Garantizar la protección y bienestar de los empleados es esencial para el éxito y sostenibilidad de las microempresas en el mercado.

-Contaminación del medio ambiente. Se entiende por contaminación ambiental de las microempresas mezcaleras cuando éstas en su proceso de producción y distribución generan daño al agua, aire o suelo. De acuerdo a la observación hecha en esta investigación, nos pudimos percatar que la mayoría de las microempresas dañan por diversas razones el medio ambiente, debido a: la deforestación y pérdida de la biodiversidad de áreas naturales para el cultivo del agave y por el uso de plantas de agave silvestre; el uso de muchos recursos hídricos para el proceso de producción del mezcal; la generación de residuos sólidos y líquidos que contaminan los suelos y el agua; emisiones de gases de efecto invernadero, por el uso de combustibles fósiles.

Para mitigar estos impactos negativos, las empresas mezcaleras pueden implementar prácticas más sostenibles y responsables, como la adopción de técnicas de cultivo sustentable, la gestión adecuada de residuos, el ahorro de recursos hídricos, el uso de energías limpias y la promoción de prácticas agrícolas y de producción amigables con el medio ambiente. Además, las certificaciones y sellos de sustentabilidad pueden ayudar a los consumidores a identificar y apoyar a las empresas mezcaleras que están comprometidas con la preservación del medio ambiente.

Fortalezas

Las microempresas mezcaleras de Santiago Matatlán, Oax. tienen diversas fortalezas que les brindan ventajas competitivas y oportunidades de desarrollo. Algunas de estas fortalezas incluyen:

Potencial de microempresas productoras de mezcal. Santiago Matatlán es una localidad con un alto potencial con 108 microempresas productoras de mezcal (de acuerdo a nuestra observación de campo) para impulsar el desarrollo de organizaciones de la economía social y solidaria considerando los siguientes argumentos: la mayoría son empresas individuales e informales con un alto grado de debilidad económica que les convendría asociarse para tener mayor fuerza económica y elevar el bienestar social de sus socios.

Potencial de recursos humanos y naturales. Santiago Matatlán como muchas localidades de Oaxaca, tiene una fuerza que no se manifiesta, pero tiene posibilidades de hacerlo con voluntad, esfuerzo y una buena dirección, una de estas fuerzas son los recursos humanos de que dispone y sus recursos naturales. Así de acuerdo a nuestra investigación, esta localidad tiene una gran fuerza en sus microempresarios por el conocimiento y experiencia que tienen sobre el cultivo del agave y las técnicas de producción del mezcal, lo que contribuye a la calidad y autenticidad de esta bebida que distingue a la región y al estado de Oaxaca. Asimismo se dispone para ello, de excelentes materias primas agrícolas y recursos naturales de la región lo que les permite contar con insumos frescos y de calidad para la producción de mezcal.

Potencial de colaboración y apoyo mutuo: La filosofía de las comunidades tradicionales como la de Santiago Matatlán se basa en la colaboración y el apoyo mutuo entre los actores económicos. Las microempresas mezcaleras pueden fomentar esta mentalidad y trabajar junto con otras empresas para impulsar iniciativas colectivas.

Potencial de participación social comunitaria. Otra fuerza importante que dispone y que no ha sido aprovechada en su totalidad, son los fuertes lazos que tienen entre si y con la comunidad local y regional los productores de mezcal, lo que les brinda oportunidades para construir relaciones cercanas con sus clientes y proveedores. Asimismo, los micro empresarios pueden aprovechar la identidad y cultura local, para agregar valor a sus productos, lo que puede atraer a consumidores que buscan experiencias auténticas y productos con historia y tradición.

Potencial de redes y asociaciones. Las microempresas productoras de mezcal pueden establecer relaciones con otras empresas locales y regionales, organizaciones comunitarias y cooperativas, lo que puede facilitar la formación de redes y asociaciones para apoyar el desarrollo de nuevas empresas de economía social y solidaria

Potencial de acceso a mercados y comercialización: Las microempresas productoras de mezcal pueden tener acceso a mercados locales, regionales e internacionales. Al asociarse con nuevas empresas de economía social y solidaria, pueden facilitar la comercialización de sus productos y mejorar su competitividad.

Conclusiones

Como hemos visto en este análisis estratégico Oaxaca y sus localidades como Santiago Matatlán, han atravesado desde el 2020 hasta el 2022 por un desequilibrio de tipo económico, pero también de tipo social y medioambiental, que nos ha brindado la oportunidad de reflexionar y evaluar el camino del desarrollo capitalista que hemos venido transitando, llegando a la conclusión de que éste nos ha conducido a un círculo vicioso de pobreza y marginación del que no podremos salir, si no desarrollamos otra alternativa al capitalismo para poder aprovechar las potencialidades sociales, culturales y de recursos naturales de que disponemos para un desarrollo económico más social y solidario.

Hemos visto que en conjunto, las microempresas productoras de mezcal y el potencial social de que dispone de Santiago Matatlán, pueden crear un entorno favorable para el desarrollo de empresas de economía social y solidaria, fortaleciendo la economía local, promoviendo prácticas sostenibles y generando un impacto positivo en la comunidad. Para ello, hay que elaborar estrategias para aprovechar el apoyo gubernamental y la promoción de políticas que fomenten la economía social y solidaria ya que son fundamentales para aprovechar el potencial de recursos sociales y lograr un desarrollo económico más inclusivo y sostenible.

Referencias

- Brudtland G. Harlem** (1987). *Informe De La Comisión Mundial Sobre El Medio Ambiente Y El Desarrollo*. Asamblea General ONU
- Coraggio J.L.** (2011) *Economía Social y Solidaria. El Trabajo Antes Que El Capital*. Edit. Abya-Yala Quito Ecuador 2011
- Coraggio J.L.** (2012) *Las Tres Corrientes De Pensamiento y Acción Dentro Del Campo De La Economía Social Y Solidaria* <http://dx.doi.org/10.22296/2317-1529.2013v15n2p11>
- Castillo Edgar** (2022) *La tecnología y sus repercusiones en las distintas revoluciones del capitalismo global* Revista Reflexiones Marginales No 68 <https://reflexionesmarginales.com/blog/2022/03/27/la-tecnologia-y-sus-repercusiones-en-las-distintas-revoluciones-del-capitalismo-global/>
- CONEVAL** (2022) *Medición de la Pobreza* (TERCER TRIMESTRE DEL 2022). Comisión Nacional de la evaluación de la política de desarrollo social. México
- Crespo Blanco y Salamanca Castro** (2007) *El Muestreo en la Investigacion Cualitativa*. Departamento de Investigación de FUNDEN
- David Fred. R.** (2013) *Conceptos de Administración Estratégica*. Edt. Pearson México .

- Fonteneau Benedicte** (2010) *“Economía Social y Solidaria: Construyendo un entendimiento común”*. Universidad de Lovaina. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---coop/documents/publication/wcms_546400.pdf
- INAES** (2021) *¿A qué nos referimos cuando hablamos de Economía Social y Solidaria?* Instituto Nacional de la Economía Social <https://www.gob.mx/inaes/articulos/a-que-nos-referimos-cuando-hablamos-de-economia-social?idiom=es#:~>
- INEGI** (2021) *Demografía y Sociedad, Migración* <https://www.inegi.org.mx/temas/migracion/>
- INEGI** (2022). *Resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación-Oaxaca* https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/enoe/enoe_ie2022_08_Oax.pdf
- INEGI** (2022) *Índice Nacional de Precios al Consumidor-Inegi* <https://www.inegi.org.mx/temas/inpc/>
- IMCO** (2022) *Índice de Competitividad Estatal 2022* <https://imco.org.mx/indice-de-competitividad-estatal-2022/>
- Muguira, Andrés** (2017) *“Tipos de Muestreo: cuáles son y en qué consisten”* <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-muestreo-para-investigaciones-sociales/>
- Raus Diego** (2020) *“La Desigualdad En La Sociedad Neoliberal Del Siglo XXI”* Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Buenos Aires Argentina. <https://Publicaciones.Sociales.Uba.Ar>

Innovación tecnológica, trabajadores y desarrollo endógeno en el transporte de la Ciudad de México

Bernardo Navarro Benítez¹

Resumen

Este trabajo aborda el tema de la innovación tecnológica y gestiva en el transporte y movilidad en la Ciudad de México, partiendo de su contextualización global y de los principales procesos económico-territoriales locales explicativos. Este proceso se fundamenta en las innovaciones del sector y en la servicialización del transporte y la movilidad. Estas significativas y emergentes transformaciones generan nuevos agentes y se fundamenta en las transformaciones del capitalismo informático-global (CIG) neoliberal dominante y en particular en las *empresas plataforma*.

México tiene fortalezas importantes al ser el cuarto exportador mundial de autos, camiones y autopartes y una demanda de decenas de millones de viajes sólo en sus principales metrópolis. Fortalezas que no han sido acompañadas por políticas públicas que aprovechen estas ventajas. Sin embargo, la transformación de la movilidad ya se encuentra en proceso e impacta a la capital nacional. Hasta ahora han sido principalmente agentes externos quienes han aprovechado las condiciones territoriales y necesidades existentes en estos nichos, pero han surgido iniciativas locales con pequeños empresarios e incluso organizaciones sociales que aprovechan las innovaciones y activos territoriales sobre todo a nivel local. Esta ponencia forma parte de nuestra investigación de largo plazo en el Observatorio de Transporte y Movilidad Metropolitana.

Conceptos clave: 1. Innovación tecnológica, 2. trabajadores, 3. desarrollo endógeno, 4. transporte, 5. CDMX.

La realidad predominante del transporte metropolitano actual

El sector del transporte urbano de la Ciudad de México y su zona metropolitana (ZMCM) se caracteriza por una extrema heterogeneidad, baja integración y escasa incorporación de innovación tecnológica en el conjunto del servicio. (Bacelis, 2022) Por ello prevalecen las alternativas tecnológicamente atrasadas y de organización artesanal, tanto en el transporte de bienes como en el público de personas. Los microbuses y van's, transportes de baja capacidad, siguen teniendo un rol fundamental en el traslado de los usuarios de la metrópoli. Mientras que las camionetas y camiones obsoletos y altamente contaminante tienen un peso muy importante en la repartición de bienes. Crecientemente las motocicletas, a pesar de su escasa capacidad de carga, van tomando protagonismo en la distribución de ciertos bienes, servicios y mensajería, y lo que es más delicado un creciente papel en el traslado de personas. Llama también la atención la carencia de innovación y el tradicionalismo de los agentes transportistas, así como la falta de políticas y recursos públicos suficientes para promover el cambio en el transporte colectivo que es el mayoritario en la metrópoli. (Bacelis, 2022)

¹ Profesor-Investigador Titular "C", Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, División CyAD, Coordinador de Observatorio de Transporte y Movilidad Metropolitana.

Junto a ellos tenemos los fundamentales e importantes servicios públicos de personas propiedad del gobierno de la Ciudad de México, que se distinguen, junto con el Metrobús, por su organización como empresas encargadas de los desplazamientos fundamentales de largas distancias, con mejores estándares de calidad que el transporte colectivo y de carga privado.

Sin embargo, los servicios públicos gubernamentales presentan ciertos rezagos en su mantenimiento, en la actualización de su servicio y la modernización de su flota e infraestructura. Como ocurre también, por ejemplo, con la infraestructura de la gran mayoría de los Centros de Intercambio Modal (Cetrams) de propiedad gubernamental, que arrastran graves problemas acumulados durante décadas, por no mencionar las muy conocidas deficiencias de operación del STC-Metro, entre otras problemáticas de estos importantes servicios. (Navarro, 2023)

Lo anterior se combina con la presencia contundente en la flota metropolitana de los vehículos de baja capacidad (autos, suv's y, como ya lo mencionamos, crecientemente motocicletas) que en su conjunto representan más del 96% de los vehículos en operación, aunque sólo realizan 40% del total de viajes motorizados de la metrópoli. (OTAMM, 2023)

Las desigualdades e ineficiencias del transporte urbano se vuelven más palpables cuando atendemos a la territorialidad metropolitana, donde, en general, la mala calidad, inseguridad, carencias y mayores costos del transporte para los usuarios se agudiza en la periferia de la Ciudad de México, particularmente en los desplazamientos desde y hacia los municipios conurbados del Estado de México y de Hidalgo.

En general la preminencia del transporte individual, la baja calidad del transporte colectivo y la ausencia de políticas públicas que promuevan en su conjunto una movilidad integrada, donde prevalezca el transporte público de calidad, van unidos a una escasa presencia de la innovación tecnológica y social (con excepción del trolebús elevado y el Cablebús) que promueva transporte de calidad y menor impacto ambiental.

Sin embargo, como argumentaremos más adelante, en la actualidad a nivel planetario se observa la emergencia de una profunda transformación en el transporte y la movilidad, que permite posibilidades para un avance positivo y el mejoramiento en las condiciones de traslado de personas y bienes en nuestra metrópoli (Navarro, 2014). Transformaciones que posibilitan, acompañadas de adecuadas políticas públicas, aumentar la eficiencia de los procesos de producción de los estratégicos servicios de transporte y con ello mejorar las condiciones de base territorial como vías de desarrollo endógeno metropolitano y regional. Representando una “ventana de oportunidad” fundamental en esta actividad estratégica para el desarrollo territorial, económico-social y metropolitano, en particular. Siempre teniendo en cuenta las condiciones de subordinación, desigualdad y polarización económica, social y territorial prevalecientes en nuestras ciudades y particularmente en las metrópolis.

La disrupción actual del transporte y la movilidad

Como recién señalamos en la actualidad asistimos a un proceso significativo de transformación del transporte y la movilidad urbanos a nivel global. Este proceso es de tal relevancia que ha sido calificado como una auténtica disrupción (Orfeuill, 2013). Este emergente proceso no sólo impactará las formas y características de los traslados, sino

también, ya lo hace, las relaciones sociales en los servicios de transporte, es decir entre los agentes sociales intervinientes (incluidos los usuarios), y en las formas como utilizamos y nos relacionamos con la ciudad, posibilitando significativas transformaciones en los procesos de producción de los servicios de transporte y movilidad fundamentados en la incorporación de un conjunto de innovaciones ubicadas en el ámbito del liderazgo del capitalismo informático-electrónico globalizado del presente.²

Por ello esta disrupción está vinculada con procesos fundamentales de la economía y sociedad actuales: el desarrollo y predominio del capitalismo informático-electrónico globalizado (CIEG) que tiene una indudable expresión territorial y urbana y su forma dominante se manifiesta en la preminencia de la financiarización y el dominio institucional-cultural del neoliberalismo³.

En particular esta disrupción del transporte y la movilidad se desarrolla a partir de dos tendencias principales que desarrollaremos más adelante:

- 1ª. *La tecnológica*, apoyada en 2 vías fundamentales: la energética (autos híbridos y eléctricos); y el *proceso hacia los vehículos autónomos o robotizados*, que en su estado actual dominante se encuentra en su etapa de traslados “conectados”.
- 2ª. *La Servicialización* de la movilidad. Consistente en la conversión en servicios de transporte de una porción de los traslados que tradicionalmente se prestaban a través de la posesión de objetos (principalmente vehículos propios) por parte de las familias y las empresas, por ejemplo, en algunas modalidades del transporte de personas (Uber Didi, Ecobici y Cabify), y las variadas formas de traslado de bienes. (Navarro, 2017)

Esta disrupción es muy llamativa porque ocurre primordialmente en un sector, el automotriz, muy conservador desde la Segunda Posguerra hasta finales del Siglo XX; conservadurismo vinculado al predominio oligopólico de la industria automotriz de los EUA, así como al poder de las grandes empresas petroleras de todo el mundo (Baran y Sweezy, 2006).

Desde hace algunos años el modelo, hasta el momento predominante para efectuar los traslados urbanos, basado en el predominio del automóvil, se encuentra profundamente cuestionado por el conjunto de problemáticas que conlleva: congestión, ambiental, inseguridad, desperdicio de recursos públicos y privados, derroche de combustibles fósiles, responsabilidad en el cambio climático, etcétera.

En la actualidad circulan alrededor de un billón de vehículos y según Bill Ford se espera que en año 2050, existan cuatro billones (Viso, 2016). La preferencia económico y social por la motorización parece mantenerse tendencialmente y ello ha obligado a los empresarios automotrices a buscar nuevas alternativas para subsistir. Búsqueda a la cual se han incorporado protagónicamente nuevos jugadores como los provenientes del sector

² Por ejemplo, la conocida utilización de las TIC's en diversas actividades urbanas, laborales, económicas y educativas, principalmente en las ciudades. Y más genéricamente el impacto de la revolución electrónica-informática en la ciudad. (Dabat y Ordóñez, 2009).

³ (Sandoval, Seika, 2023). Propuestas analíticas desarrolladas como parte de la reflexión del colectivo de investigación del Instituto de Investigaciones Económicas, coordinado por Alejandro Dabat y Jorge Basave K.

electrónico-informático, por ejemplo, E. Musk con Tesla, así como las empresas asiáticas particularmente las chinas.

En tanto la servicialización del transporte, que inició su difusión de sus nuevas modalidades a partir de la crisis de las *punto.com*. Se fundamenta en las innovaciones de las *empresas plataforma* del capitalismo informático-electrónico donde sobresalen en el transporte de personas Uber y Didi y, como veremos, desarrollaron nuevos campos de negocios aprovechando los activos territoriales vinculados a la movilidad a partir de innovaciones tecnológicas y la modificación de las relaciones sociales existentes tanto con los usuarios como los agentes urbanos del transporte. Para ello se adecuaron conflictivamente las formas institucionales y de gobernabilidad. También lo anterior abrió posibilidades para desarrollar incipientemente algunas innovaciones sociales locales de base territorial con sentido comunitario que desafortunadamente son las alternativas menos difundidas y desarrolladas.

Es tan impresionante el desarrollo explosivo de esta servicialización del transporte que Uber, la empresa pionera, en menos de una década opera en 900 metrópolis del planeta. (Wikipedia, 2023), lo que refleja su significativo impacto territorial, mientras que la china Didí en unos pocos años ha rebasado a Uber por su número de conductores y los traslados realizados a nivel global (Navarro, 2021).

Por supuesto estas empresas plataforma operan exitosamente en las principales metrópolis latinoamericanas y la Ciudad de México no es la excepción. Con ello introdujeron un efecto demostración de innovación tecnológica, organización empresarial y apropiación de activos territoriales (entre otros la necesidad de desplazamientos urbanos en zonas de la metrópoli donde prevalece congestión e ineficiencia con alta demanda de traslados) que han sido replicados y adaptados a las condiciones locales por empresarios latinoamericanos. Entre otras tenemos las empresas plataforma “Vemo” y “Mercado Libre” esta última es una plataforma de comercio electrónico con traslados servicializados de bienes, con gran éxito y proyección multinacional. México no ha estado ajeno a estas dinámicas, y empresarios emergentes locales han impulsado iniciativas de servicialización de la movilidad, sobre todo en el ámbito del transporte colectivo como veremos más adelante.

México en la disrupción del transporte

Las condiciones estructurales de subordinación y dependencia económico-sociales de México parecerían determinar la práctica imposibilidad de la participación de nuestras sociedades urbanas en la disrupción del transporte y la movilidad, como sucede con otros procesos presentes en la actual transformación de las fuerzas productivas y de la sociedad; pero observemos un panorama más específico que nos releve datos fundamentales que nos permiten tener un panorama más complejo y completo al respecto.

El sector industrial automotriz localizado en el territorio mexicano tiene un elevado grado de internacionalización en estrecha vinculación con los EUA. Debido al TLC, primero y el T-MEC en la actualidad: México es el cuarto exportador mundial de autos, igual situación guarda en la producción de auto-partes y camiones. También se ubica como el séptimo exportador de autos considerando una perspectiva global. (AMIA, 2023). Básicamente el sector es ensamblador y maquilador de vehículos automotores que mayoritariamente

exporta a EUA, a Latinoamérica y otras partes del mundo. Inicialmente ensamblaba mayoritariamente vehículos compactos y semi-compactos de uso generalista y bajo coste, así como camiones de distinto tipo.

Después de muchos años de localización de la industria automotriz en México, recientemente inició el ensamblaje de algunos modelos de vehículos de alta gama. El pionero fue Mercedes Benz, posteriormente Audi y BMW, para surtir sobretodo el mercado de América del Norte. Incluso en México se han ensamblado modelos completos para el suministro regional o global como lo son la Q-5 de Audi o la versión actual Serie 3 de BMW.

Un salto cualitativo fue la reacción de Ford Motor Company que aún durante la administración de Trump ubicó su planta en Cuautitlán, México, para el ensamblaje del emblemático Mustang Mach-E, es decir la variante Premium de última generación, completamente eléctrica para competir con Tesla. (Navarro, 2021)

Más recientemente E. Musk anunció la construcción de una Gigafactory de Tesla en el estado de Nuevo León, México, para su puesta en operación en el menor plazo posible.

La geografía regional de la distribución de las plantas automotrices permite observar la historia e intereses del empresariado local y trasnacional, las alianzas con los gobiernos estatales y locales, así como las localizaciones territoriales estratégicas de las plantas y clúster automotrices para aprovechar capacidades locales y una mayor competitividad estratégica en vinculación con América del Norte. Esto determina la importancia de los estados fronterizos con EUA, además de Jalisco, así como otros de la Región Centro, incluido el estado de Puebla con las plantas de Volkswagen, Audi y su importante clúster automotriz.

Tan relevante como las anteriores son las incipientes capacidades mexicanas en el transporte colectivo y público de ensamblaje de autobuses de última generación y aún más los sistemas sobre rieles maquilados localmente en Ciudad Sahagún, Hidalgo que surten sistemas Metro y de trenes como los que utiliza el Tren Maya y el Interoceánico.

Lo anterior es muy importante para lo aquí desarrollado debido a que nos da un panorama más preciso de las capacidades económicas, productivas y territoriales disponibles que dan fundamento a la posibilidad de aprovechar las oportunidades que representa la disrupción innovativa de la movilidad en proceso en el caso preciso de nuestras ciudades y particularmente en la capital nacional utilizando las capacidades locales para insertarse en este proceso global.

Sin embargo, lo que llama mucho la atención ha sido la práctica ausencia de políticas públicas e iniciativas privadas para aprovechar estas importantes capacidades.

Alternativas en la disrupción de la Movilidad en la Ciudad de México

Como ya señalamos la complejidad metropolitana y territorial que nuclea la Ciudad de México obliga a los habitantes a largos y costosos desplazamientos motorizados cotidianos en tiempo y recursos familiares y sociales. Ello coloca al transporte como un sector fundamental de la dinámica metropolitana que requiere importantes adecuaciones e iniciativas para aumentar su eficiencia, calidad ambiental y social frente a los rezagos e ineficiencias prevalecientes. Estas deficiencias y limitaciones del transporte y la movilidad

metropolitanas se expresan territorialmente y permiten posibilidades de innovación tecnológica y de gestión que son aprovechadas sobre todo por los agentes extranjeros emergentes actuantes en la “servicialización” del transporte y la utilización de innovaciones tecnológicas, sociales y gestivas. Detengámonos a considerar los efectos de las innovaciones recientes en la actividad en relación a los trabajadores, los empresarios locales del sector y el desarrollo endógeno en la capital nacional.

Uno de los más graves problemas del transporte metropolitano son los elevados niveles de congestión vehicular, problemas de inseguridad que provocan pérdidas millonarias de horas hombre, así como importante estrés debido a los desplazamientos en estas condiciones. A ello se añaden dificultades para el estacionamiento y crecientes exigencias para la operación de los vehículos (pólizas de seguro, verificaciones, mantenimiento, etc.) que han dado atractivo a “nuevas” alternativas servicializadas de traslado como son los desplazamientos por aplicaciones brindados por “empresas plataforma”, como *Uber*, *Didi* y *Vemo*, entre otras.

Estas brindan opciones de interés para usuarios solventes que no desean lidiar con la congestión como conductores, aprovechar su tiempo de traslado y no tener que estacionar y mantener los vehículos, así como responsabilizarse de su operación cotidiana o de mediano y largo plazos. Igualmente son una opción válida para realizar desplazamientos específicos para objetivos particulares como ir al médico, ir al restaurant o trasladarse a la fiestas o celebraciones. En tanto a los conductores de las aplicaciones brinda acceso a un ingreso económico y al uso alternativo de sus vehículos con fines lucrativos.

Pero detengámonos a analizar el trasfondo de estas alternativas para comprender su verdadero impacto en la innovación, territorialidad metropolitana y en la situación de los trabajadores que con ellas se desempeñan.

Innovaciones recientes en la Movilidad

Peculiarmente la crisis de las *punto.com*, a inicios del nuevo milenio, coincidirá con el “banderazo de salida” de la mencionada disrupción del transporte por el flanco tecnológico por dos hechos emblemáticos específicos, la ola inicial de difusión de los vehículos híbridos y la fundación de Tesla en el año 2003⁴, como un *out-sider* del sector automotriz.

En México se iniciaría primero la venta de vehículos híbridos de manera muy incipiente y posteriormente se pasaría al ensamblaje local de vehículos eléctricos por parte de Carlos Slim en asociación con capitales chinos a través de la empresa *Giant Motors Latinoamérica* que se instala en el estado de Hidalgo en el año de 2016, presentando una oferta actual de 3 modelos de vehículos completamente eléctricos que llegaron recientemente a romper records de ventas. Igualmente, la empresa Bimbo se asoció con *Giant* para producir camiones eléctricos para su flota de distribución para la segunda década del presente siglo. (Navarro, 2017).

⁴ La notable e importante transformación de la industria automotriz que desde entonces se acelerará y expandirá no la abordaremos a profundidad en este texto por razones de espacio. Referimos al respecto a (Navarro, 2017) y (Navarro, 2021), así como a la bibliografía ahí incluida.

Mientras que *la servicialización de la movilidad*, como aquí la hemos definido, iniciaría su expansión unos años después vinculada también a la profunda crisis financiera de los años 2008-2009, con el surgimiento de la plataforma para los traslados *Uber*, en marzo de este último año, quien se apoyará en concepciones derivadas de la gravedad de la crisis, como fue el planteamiento de una supuesta “*economía colaborativa*” que le sirvió de justificación originaria de su razón de ser: conectar a propietarios de vehículos que requerían de un ingreso por los efectos de la crisis con usuarios necesitados de traslados a un precio adecuado. *Uber* se planteaba sólo como el vínculo que permitiría esta conexión. (Contreras y Borthagaray, A 2020).

Muy pronto quedará claro que el objetivo de *Uber* y otras empresas equivalentes, no es la “*economía colaborativa*” sino la consecución de la máxima de ganancia utilizando los nuevos mecanismos digitales en la explotación del servicio de transporte. Ocupando así su rol dominante como pionero de un emergente campo de negocios en una antiquísima actividad (el traslado de personas), a través de una aplicación (app). Esto, además de lo señalado, le da la dirección estratégica del servicio mediante el control de los cobros por los traslados, así como el manejo de la información y los datos a través de los instrumentos informático-digitales. (Apelle-Muller, 2011). Igualmente, a través del transporte por aplicaciones (app’s) “...no sólo se logra la producción de intangibles, sino, además la capacidad para generar, acoplar, sistematizar, y analizar datos produciendo información y conocimientos en un proceso de valorización. Información y conocimiento como bienes y servicios finales o intermedios, como mercancías (Sandoval, 2023)⁵

Uber, pionera en este campo, convive con otras empresas similares, por ejemplo, la española *Cabify* que arribó a México un año antes que *Uber*, 2012. Sin embargo, la más significativa empresa en este servicio por su acelerada dinámica y tamaño de mercado es la China *Didi*, fundada en 2012, quien al finalizar la década ya había superado a *Uber* por su número de conductores y traslados realizados a nivel global (Navarro, 2021).

Poco tiempo después, estas y otras empresas internacionales e incluso locales, fueron ampliando sus ámbitos de negocios hacia los traslados compartidos, la renta temporal de vehículos con conductor, el traslado de documentos, abarrotes, medicamentos, alimentos, productos de restaurantes, etcétera. (Gutiérrez, en Contreras 2020)

Caso aparte, que sólo abordaremos tangencialmente, es el referido al “comercio electrónico” que, sin embargo, está muy emparentada con la movilidad servicializada, tanto por el uso de aplicaciones y sistemas informáticos; el contactar vendedores y compradores; como sobretodo posibilitar el traslado final de bienes para su entrega a los compradores

Paulatinamente fueron surgiendo otros servicios de movilidad individual de renta temporal por apps, mayoritariamente de organización empresarial, a base de motocicletas eléctricas, patinetas, bicicletas eléctricas e incluso servicios locales de moto-taxis. El común denominador de todos ellos es que la gestión de la conexión se logra en base a mecanismos digitales. Estas formas de servicios de transporte, coloquialmente se denominada como “micromovilidad”⁶.

⁵ Pág. 123.

⁶ Esta designación se deriva que permite desplazamientos cortos en las ciudades, de última milla o eslabón, para ello sólo toman en cuenta esta manifestación aparental.

Impactos tecno-económico de la innovación en los trabajadores

La función particular de los empresarios de plataforma del servicio de transporte es, en específico, contactar a los conductores y clientes controlando el cobro y remuneración del servicio, lo cual permite la recopilación y manipulación de esta información, así como la de los viajes y prácticas de desplazamiento, para crear algoritmos que permitan cristalizar los saberes adquiridos y profesionales de los trabajadores del volante (zonas y corredores de demanda, rutas, manejo de la congestión, cartera de clientes, destinos, monto de las tarifas pagadas, frecuencias, etcétera), para convertirlos en propiedad privada de los empresarios de las apps, conocimientos manipulables para maximizar sus ganancias. Esto les posibilita paulatinamente “afinar” su negocio, incrementando la rentabilidad por el control señalado, mientras que dejan a los choferes exclusivamente los eslabones engorrosos del servicio directo: recoger los clientes y trasladarlos, lidiar con el tránsito y la congestión, adquirir y mantener los vehículos, así como suministrarles combustible. También adquirir pólizas de seguro de los mismos⁷, cumplir con los requisitos exigidos para la circulación vehicular por parte de la autoridad e incluso pagar los impuestos correspondientes por los ingresos debidos al negocio de los traslados que tanto beneficia a los empresarios,⁸ etcétera.

Para ésto las empresas plataforma, como punto de partida fundamental, consideran a los choferes, de acuerdo a su conveniencia, no como sus trabajadores o empleados sino como “socios conductores” (Expansión, 2023) con lo que en el caso mexicano y muchos otros países: “No existe relación laboral alguna, directa o indirecta, entre la compañía y los conductores, por lo que no serán aplicables las leyes, reglamentos y demás normas jurídicas en materia del trabajo ni de seguridad social, tales como la *Ley Laboral*, *Ley del Seguro Social*, *sus Reglamentos y demás legislación aplicable*”. Como lo declara sin ambages la empresa China Didi en sus propios documentos (Didi, 2023). Sin embargo, los “socios conductores” tienen que ceder a las compañías por aplicaciones entre 15 a 35% de sus ingresos por los traslados como comisión. (Expansión, 2023)

Así, estos trabajadores en su calidad de “socios conductores” no sólo pierden sus derechos laborales, sino también buena parte del control de su actividad, como ya argumentamos arriba, y van transfiriendo su experiencia cotidiana, saberes y ciertas capacidades fundamentales profesionales al sistema informático de la aplicación casi siempre transnacional que tiene su sede y matrices fuera del territorio nacional: China, USA, España o Argentina-Uruguay, por ejemplo.

Desde otra perspectiva, se retorna a una situación histórica muy conocida en los servicios urbanos latinoamericanos, pero ahora con impacto planetario⁹. Se regresa a un servicio de transporte desregulado que coloca en la informalidad laboral a millones de trabajadores y que elimina los mecanismos jurídico institucionales¹⁰, impuestos a los empresarios y concesionarios, de protección a los usuarios y transportistas, contruidos

⁷ Aseguramiento que las empresas de aplicaciones en ocasiones definen las condiciones y en México hasta la compañía aseguradora en particular.

⁸ En el caso mexicano Impuesto sobre la renta (ISR) más el IVA. (Expansión, 2023)

⁹ No solo en el transporte, sino también por ejemplo en el caso del servicio de arrendamiento de viviendas por corta estancia (Airbnb) que no sólo afecta a hoteleros, sino a vecinos, ciudadanos en general y recaudación gubernamental.

¹⁰ Salvo notables excepciones como el caso de Inglaterra después de una larga lucha de los conductores.

complejamente por la sociedad a lo largo de la historia en nuestros países para servicios de transporte equivalentes (taxis, remises, servicios especiales y algunos colectivos, etc.)

La forma de trabajo como “socios-conductores”, es decir trabajadores independientes informales, provoca una tendencia a la sobreexplotación que se expresa en largas jornadas, mayores a las legales, para cubrir los gastos de subsistencia y también los costos variables y fijos de la actividad que ellos asumen. Esto también se expresa con más claridad en aquellos conductores que se adhieren a esta actividad como complementaria a su trabajo principal, agregándole generalmente horas laborales excedentes a su jornada básica.

Las remuneraciones de los “socios conductores” latinoamericanos son de las más bajas a nivel global. Por ejemplo, *Uber*, les retribuye el kilómetro de servicio prestado a 0.70 USD, en la Ciudad de México, mientras en Buenos Aires y Mendoza, Argentina el pago es de 0.17 USD. Incluso en ciudades europeas como Madrid esta remuneración es de 1.21 USD no correspondiéndose con los niveles de remuneración promedio de servicios equivalentes en España. (Borthagaray y P. Orfeuil, 2013.)

Sin embargo, las condiciones negativas descritas arriba no son fatales y es posible que mediante iniciativas asociativas y políticas públicas los transportistas puedan aprovechar para su propio beneficio, aunque sea una parte de las ventajas arriba anotadas, cuando ellos tienen el control del proceso de gestión y remuneración del servicio. Aprovechan su conocimiento y ascendencia en el territorio local para beneficio propio y de los usuarios. Así ha ocurrido con servicios de mototaxis en el sureste mexicano que aprovechan la utilización de las TIC's y su organización gremial en su propio beneficio.

En específico en Yucatán existen uniones de mototaxistas constituidas por mujeres que incluso con apoyo de las universidades locales exploran electrificar sus vehículos

Otros intentos han sido las políticas públicas que han avanzado, por ejemplo, en la Ciudad de México, mediante “app's públicas” para los taxistas, que desafortunadamente no han tenido una gran difusión.

Igualmente pueden implantarse políticas públicas de protección laboral a los choferes, como en principio lo ha realizado a nivel legislativo la unión europea, incorporándolos al estatuto de trabajadores asalariados con los derechos y obligaciones que ello implica. Países como Inglaterra ya lo han puesto en práctica generando impactos positivos en los choferes y el servicio.

¿Qué ocurre con los empresarios?

En el caso mexicano, el primer suceso relevante que casi no ha sido enfatizado ni en la opinión pública ni por los analistas, se refiere a que los empresarios emergentes dominantes de las plataformas de transporte, contraviniendo la Constitución mexicana son extranjeros con sedes en otros países como lo hemos señalado.

Estos empresarios de plataforma predominantes en los emergentes servicios de transporte de personas y sus negocios asociados, quienes impulsaron inicialmente esta novedosa servicialización de la movilidad, establecieron las nuevas formas tecno-económico-

sociales de dominación y se expandieron vertiginosamente a nivel internacional e incluso planetario.

En primer lugar, abordaremos a los empresarios “pioneros”, que vertiginosamente se convirtieron en los gigantes del transporte y movilidad servicializada mediante TIC’s. Constituyeron en unos pocos años un oligopolio altamente concentrado, debido a las barreras “a la entrada” que impusieron a la competencia fundamentadas en su significativo tamaño, además de factores extra-económicos (como abordaremos de inmediato), como por sus capacidades de lobbying, presencia publicitaria (incluidas redes sociales con énfasis en los jóvenes) y relaciones políticas, entre otros factores.

El pionero y gigante mundial, en la servicialización del transporte, es la empresa *Uber Technologies Inc.* Con sede en San Francisco, California, USA, se establece en 2009 como ya lo indicamos y tiene una expansión vertiginosa, al grado que *en menos de una década atendería 900 áreas metropolitanas en todo el planeta*, sus ingresos fueron, antes de la pandemia, de 31,877,000 000 USD con sólo 6,700 empleados directos. Fue fundada por Travis Kalanick y Garret Camp, el primero un controvertido personaje de Silicon Valley, quien impulsó esta star-up (Forbes, 2017 y fue acusado de diversas irregularidades en su comportamiento empresarial, llamando incluso la atención dentro del laxo, particular y tolerante ambiente de Silicon Valley.

La empresa Uber se presenta llamativamente como “*un proveedor de movilidad como un servicio*”. La impresionante expansión de Uber, además de las razones ya señaladas, son resumidas en las denuncias publicadas por el periódico inglés *The Guardian*, ya que la empresa “inyectó millones de dólares en su maquinaria de influencia global para ganarse favores de políticos, reguladores y otros líderes...desviando la atención de autoridades fiscales alrededor del mundo y reducir el pago de sus impuestos al mínimo, y que engañó a autoridades y sacó provecho de sus conductores en su conquista mundial, recurriendo a tácticas violentas y extorsivas” (Wikipedia, 2023)

Estas prácticas irregulares, ilegales y/o anti-éticas, conocidas gracias a los *Uber Files*, publicadas por *The Guardian*, si bien son extremas y amplias para el caso de esta empresa como se observa en la cita anterior, no son privativas de *Uber*, es común que las otras grandes firmas del sector utilicen también tácticas muy similares, en nuestras ciudades. Para ello aducen de entrada el inconveniente que la autoridad regule sus peculiares acciones empresariales por tratarse del “mundo creativo digital”. Adicionalmente procuran un fuerte activismo de *lobbying*, además de recurrir a varias de las acciones similares a las relatadas en los *Uber Files*. A ello suman su presencia en redes y en los medios de comunicación generando corrientes de opinión favorables a sus negocios aduciendo modernidad, clasismo y exclusividad. La población joven es en particular objetivo de estas campañas. Ello se complementa con fuertes apoyos legales de las empresas que les permitan brincarse, adaptar o neutralizar las legislaciones y regulaciones locales, por lo que se refiere a la prestación del servicio, el cuidado de los clientes, la relación con los transportistas, y los gobiernos locales y nacionales. (Medina y Navarro, 2013). Esto se traduce finalmente en mayores ingresos para las empresas plataforma por la vía de rentas extraordinarias de monopolio.

Uno de los aspectos distintivos de estas empresas dominantes en los servicios de transporte por aplicaciones se refiere a la competencia mediante políticas tarifarias para ganar mercado. Por ejemplo, *Uber* posee lo que denomina *tarifa dinámica* que se incrementa

con la demanda, mientras *Cabify* utiliza una tarifa plana y *Didi* procura tarifas ligeramente más bajas. Igualmente ocurre con la diversificación de sus servicios por nichos de mercado. Por ejemplo, Cabify con el transporte de ejecutivos; *Uber* con sus alternativas X y *Black* más aspiracionales. (Wikipedia 2023)

Todas tienen bajos estándares de admisión para sus “socios-conductores” que incluyen, por ejemplo, exámenes psicométricos en línea a sus potenciales asociados¹¹ (Expansión, 2023).

Expresiones locales de la movilidad servicializada: agentes y condiciones locales.

En otro nivel, el local se encuentran pequeños empresarios emergentes que buscan explotar las condiciones particulares de su entorno urbano territorial, pero apegándose a las estrategias de negocio en este campo de los “gigantes”¹²

Estos empresarios locales observado el éxito de los grandes empresarios del transporte por aplicaciones fueron proponiendo iniciativas de servicios de transportes en nichos particulares de los traslados urbanos locales. Algunos de ellos a través de empresarios más o menos dentro de la formalidad y otros más ligados a la economía popular.

En Ciudad de México y su área metropolitana que son el objetivo de estas reflexiones, emergieron interesantes iniciativas de empresas plataforma de servicios colectivos contactados mediante TIC's¹³. Que aprovechan condiciones urbanas territoriales de nuestra metrópoli particularmente la posibilidad de realizar traslados hacia zonas de élite de negocios, servicios y residencia recientemente desarrollas con escasa y mala oferta de transporte público. Se trata de áreas como Santa Fé, Interlomas, Lomas Altas, entre otras de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México. (Contreras y Borthagaray, 2020).

Especificando por lo que respecta a la territorialidad metropolitana de estos servicios locales por aplicaciones es muy interesante subrayar que conectan zonas privilegiadas de negocios, servicios y vivienda de desarrollo reciente, cuya vinculación mediante servicios de transporte público ha sido muy deficiente lo que ha privilegiado el uso de vehículos particulares para acceder a ellas. Ello provoca severos problemas de accesibilidad y estacionamiento en dichas zonas generando severa congestión a pesar de los esfuerzos de conectividad física realizados recientemente por los gobiernos para mejorar los traslados mediante mega-obras viales. De aquí que estas alternativas servicializadas sean una opción relevante para los empleados, trabajadores y estudiantes que llevan a cabo sus actividades en estas zonas.

Estos servicios de transporte se prestan en camionetas tipo van de modelo reciente, operan mediante sistemas de reservación a través de apps o teléfonos inteligentes, mediante

¹¹ Comparados incluso con los requeridos en las principales ciudades mexicanas para conducir un taxi: Licencia especial, revista vehicular y exámenes toxicológicos, de pericia y de la vista, entre otros.

¹² Este inciso lo fundamentaremos principalmente en el caso de la Ciudad de México, que consideramos puede ser ilustrativo de lo que ocurre en otras grandes ciudades mexicanas y latinoamericanas.

¹³ El transporte colectivo tiene una gran presencia y difusión en las principales metrópolis mexicanas, por ejemplo, en la ciudad de México es la modalidad mayoritaria en el traslado de sus habitantes.

asientos pre-asignados para sus pasajeros y tarifas, entre 1.5 y 12.5 USD¹⁴, que multiplica varias veces a las equivalentes del transporte colectivo concesionado de rutas en la ciudad. También cuentan con servicios específicos a corporativos. Las empresas representativas que también operan en otras ciudades mexicanas bajo la misma lógica son: *Urbvan*, *AvantApp*, *Jetty* y *Bussi*¹⁵, entre otras.

Los empresarios de estas star-ups mexicanas, son por lo general jóvenes con experiencia en negocios, finanzas y en ocasiones en ingeniería y han tenido acceso a capital de riesgo. Inician con mucha prudencia, se expanden paulatinamente hasta dominar este ámbito de los servicios de transporte urbano de zonas urbanas elitistas que les era inicialmente desconocido.

En el caso de *Urbvan*, la empresa pionera, se alió muy pronto con la única concesionaria de autobuses del transporte colectivo de la zona, *SVBus*, para operar en la autopista privada de cobro (denominada Supervía) para prestar servicio de manera conjunta al sur-poniente de la capital nacional. Estas empresas además de utilizar los mecanismos de explotación digital aprovechan ventajas monopólicas de uso de condiciones generales de los servicios para la reproducción social (Garza, 2012) de propiedad privada como lo es la Autopista Urbana Sur y la mencionada Supervía Poniente, que le permite posiciones privilegiadas de operación y negocio.

La pandemia de Covid-19 golpeo fuertemente a estas empresas que eran *star-ups* en proceso de consolidación y que buscaron diversificarse ante la crisis y eventualmente establecieron alianzas, como ocurrió entre *Urbvan* y *Uber*.

Hasta que, por ejemplo, en el caso de *Urbvan* fue absorbida por la empresa egipcia, *Swvl*, multinacional que opera en 15 países, quien la adquirió por 85 millones de dólares, cuando la star-up mexicana ya había recabado varias rondas de inversión por cientos de millones de dólares. (Urbvan, 2023).

Esta y las otras star-ups de plataforma mexicanas comparten la forma de gestión tecno-económica de las grandes empresas internacionales arriba descritas, controlando y apropiándose de las capacidades cognitivas de sus trabajadores explotándolas a su favor e incrementando su margen de ganancias y rentas, profundizando sus ingresos empresariales mediante rentas extraordinarias derivadas del control monopólico de porciones de servicios urbanos y de “condiciones generales de la reproducción social” específicas.

Otra star-up mexicana es la empresa *VEMO*, fundada a finales de 2021, para trabajar en el ámbito de la movilidad eléctrica. Se trata de una interesante combinación que reúne tecnología (vehículos eléctricos), infraestructura de recarga y servicios a la flota para sus clientes que pueden ser usuarios de la movilidad, conductores por aplicaciones bajo arrendamiento financiero, o propietarios de flotas vehiculares de empresas en transición para la electrificación, así como el manejo de bases de datos de flotillas electrificadas, es decir los diversos ámbitos clave de este negocio. En suma, son un ejemplo de servicialización de la movilidad no sólo en la prestación del servicio, sino también del manejo de la valiosa información y de la dotación de infraestructura eléctrica

¹⁴ Observatorio de Transporte y Movilidad Metropolitana, UAM, Reporte Trabajo de Campo, 2018.

¹⁵ Después de la pandemia no sabemos cuántas de estas empresas subsisten y en que magnitud prestan servicio.

Ejemplo de lo anterior es que *VEMO*, desarrolló junto con el Gobierno de la Ciudad de México, el proyecto para introducir autobuses eléctricos en la Línea 3 del Metrobús (BRT), para *Mivsa*, filial de *ADO Mobility*, el mayor consorcio privado de transporte de pasajeros en México que también opera en Sudamérica, Centroamérica y España. Para ello eligieron autobuses 100% eléctricos de la empresa china *Yutong*, igualmente diseñaron el sistema y el modelo de negocios, así como una electro-terminal (El País, 2021)

VEMO estableció recientemente una alianza con *Uber* para incorporar 250 vehículos eléctricos adicionales a la flota de *VEMO*, así como para utilizar la aplicación digital de *Uber*. *VEMO* también opera en Colombia, (El Economista, 2022).

Otras iniciativas locales de transporte por aplicaciones

A nivel de la economía popular, comenzaron a establecerse servicios de transporte por apps para los traslados de personas, y complementariamente de bienes, sobre todo a través de teléfonos inteligentes en el Área Metropolitana de la Ciudad de México y otras ciudades del interior. Estos respondían a condiciones de carencias territoriales de estos servicios en ciertas partes de la metrópoli, se trata de requerimientos de desplazamientos zonales e incluso barriales. Surgieron incluso antes de la pandemia de Covid-19. Se trataba de pequeños o medianos emprendimientos con bajo capital o promovidos a través de formas asociativas de los prestadores del servicio que les permiten una presencia en el mercado y capacidad de negociación con las autoridades, dado el vacío legal y reglamentario de este emergente sector de actividad.

Entre otros se encuentra *IGO* que presta servicio con motocicletas y conductores (IGO, s.f.) en la ciudad de México, dentro de zonas de negocios con alta congestión de tránsito. Igual alternativa, a una menor escala, existía antes de la pandemia en la UAM-Xochimilco, un servicio con motocicletas para vincular con la L. 12 del Metro por .50 USD, igualmente se prestaban servicios mediante VAN's hacia otras partes de la ciudad, (OTMM, 2018). A pesar de la contundente informalidad de estos servicios ya que en lo fundamental su forma de gestión de los conductores comparte características de la explotación artesanal tradicional del transporte público de las ciudades latinoamericanas, utilizan a una escala más acotada los “novedosos” mecanismos empresariales de plataforma ya señalados.

Este tipo de servicios casi informales existen en otras partes del interior de México para el transporte de personas, entre muchos otros, como *Pachimovil*, en el estado de Tabasco, Tlaxcala, Hidalgo y *Chuber*, en municipios conurbados de Mérida y otros municipios del interior en Yucatán¹⁶. A partir de las pocas indicaciones disponibles estas organizaciones de servicios de transporte se acercan más a la economía social y cuando menos en el caso de la yucateca a formas cooperativas y con participación organizada de las mujeres conductoras.

Otra alternativa de servicialización del traslado de documentos y artículos en toda la Ciudad de México la representa la empresa *Kangou*. Se contacta mediante TIC's y se paga con alternativas electrónicas. Esta empresa efectúa sus entregas a través de cualquier medio de

¹⁶ (Navarro, pág. 78, 2021)

transporte, mediante el cual sus “asociados” puedan efectuar los servicios de traslado demandados.

Dentro de el mismo campo del traslado por aplicaciones y con la misma lógica de explotación empresarial de las capacidades cognitivas de los conductores y condiciones laborales de informalidad se han desarrollado múltiples servicios de entrega de todo tipo de bienes indispensables como son *Uber Eats, Rappi, Sin Delantal, Mercados, DiDi Food*, entre otros, *estos se* expandieron notablemente con el confinamiento y crisis del Covid-19, pero no profundizaremos aquí sobre ellos ya que sirven al traslado de bienes y por coincidir en lo fundamental su lógica organizativa y dinámica con la abordada en los otros casos pero con una explotación aún más exacerbada.

Conclusiones

El transporte y la movilidad se encuentran en la actualidad en un profundo proceso de transformación donde la innovación y la actuación de emergentes agentes económicos sociales resultan fundamentales. Este proceso aprovecha las severas contradicciones que enfrenta la economía, el transporte urbano, así como el propio territorio ciudadano. En México a las capacidades locales del ensamblaje y producción de componentes automotrices se une la vasta demanda de desplazamientos intra-metropolitanos existente en nuestro país, además del hallazgo de significativos depósitos de litio (elemento fundamental de la electromovilidad). La disrupción de la movilidad urbana está en curso y México tiene condiciones particulares para aprovecharla o permanecer tan sólo como simple espectador de este vertiginoso cambio. Ser exclusivamente un demandante de servicios y maquilador de vehículos, o bien un actor apoyado en políticas públicas y alianzas internacionales y con el sector privado local.

Es fundamental resaltar que en el caso mexicano igualmente que a nivel global las relaciones básicas¹⁷ entre el *empresariado de plataformas* dentro del transporte por aplicaciones (Apps) y sus conductores –dentro de la disrupción de la movilidad-, no pueden ser dilucidadas fuera de la comprensión de las transformaciones actuales entre las fuerzas productivas y las relaciones sociales de producción como parte del *capitalismo electrónico-informático neoliberal dominante*.

La finalización de la fase ascendente del ciclo económico de la Segunda Posguerra, durante los años setenta del siglo pasado se expresó en el agotamiento del capitalismo fordista keynesiano que se entrelazo con dos factores de gran importancia para lo aquí analizado: el final del petróleo barato y la saturación del mercado automotriz¹⁸. (Hobsbawm, 2007). Esto dio inició al finalizar el siglo pasado al cuestionamiento del modelo de traslados basados en los autotransportes.

Este periodo coincide con el impulso de una profunda transformación de las fuerzas productivas y la tecnología, que tiene sus raíces en la revolución informática y vendrá a promover una fase ascendente del ciclo económico con base en los EUA, donde sin embargo,

¹⁷ Y sus falsas apariencias.

¹⁸ Que tiene su base en el agotamiento del fordismo keynesiano y el abandono de la convertibilidad del dólar asociado al fin del sistema monetario de Bretton Woods. (Hobsbawm, 2007)

debido al poder mundial de su oligopolio automotriz local, este se mantendrá alejado varios lustros de internalizar esa revolución informática, con excepción principalmente de la incorporación en los procesos de la informatización-robotización de las líneas de producción. (Coriat,1994)

Continuará una fase en que la industria automotriz mundial se adecua a la transformación tecnológica en lo productivo mediante las cadenas de producción-distribución globalizadas a la nueva realidad tecno-económica. En contraste por lo que respecta a las características de los vehículos y a la forma de gestionar su función principal, los servicios de transporte, no habrá importantes cambios acordes a las profundas transformaciones hasta aquí señaladas.

El nuevo contexto de las transformaciones económicas, así como las problemáticas urbanas ya señaladas del modelo de transporte dominante, fue el inicio a nivel global a finales del Siglo XX e inicios del XXI, en los campos del transporte y la movilidad, de un proceso de disrupción de los mismos que tiene como escenario a importantes ciudades del planeta.

Esto ocurre a partir de dos tendencias básicas: la *transformación tecnológica de los transportes* (su base energética y el proceso “hacia los vehículos autónomos”), así como la *servicialización de la movilidad*, consistente en la conversión en servicios de las actividades de traslado que tradicionalmente se realizan mediante la posesión y uso de bienes propios por parte de las familias y las empresas, situación que trastoca las formas de propiedad, gestión, las relaciones empresariales y la realización de estas actividades de traslado de bienes y personas en las ciudades. (Navarro, 2017)

La base de lo anterior responde a la propagación del capitalismo informático-global (CIG) neoliberal a partir de la década de los años ochenta del siglo pasado bajo la hegemonía de los EUA, que se fundamentó en la producción y difusión de las computadoras y la economía digital del software y hardware, que implicó su incorporación a diversos sectores de la actividad productiva y economía en general, así como en los procesos sociales. Esta fue la base, junto a la financiarización y otros factores, de la entronización del neoliberalismo dominante como entramado socio-institucional del CIG. (Dabat y Ordóñez, 2009). El CIG neoliberal tuvo un auge mayor con la caída de la URSS y la explosión financierizada de las TIC's que desembocaría en la crisis y se manifestaría en la burbuja financiera de las *punto.com* en los años 2001 y 2002.

Esta primera etapa de la globalización, con el desplazamiento de la centralidad del sector automotriz-metalmecánico por parte del emergente sector electrónico-informático (SE-I), serán las bases tecno-económica de la futura disrupción del transporte y la movilidad, que emergerá claramente durante la segunda fase del capitalismo informático-global neoliberal (Escárcega, Dabat, Hernández y Montiel, 2022)

Peculiarmente la crisis de las *punto.com*, coincidirá con el “banderazo de salida” de la mencionada disrupción del transporte por el flanco tecnológico por dos hechos emblemáticos específicos: La ola inicial de difusión de los vehículos híbridos, como el Prius de Toyota, y la fundación de Tesla en el año 2003, este último como un *out-sider* del sector automotriz, radicalmente cuestionado por el *establishment* y que se desenvolvió en un ambiente muy adverso para sus fines. (Navarro, 2017)

En ese periodo destacan también los esfuerzos locales, desde el flanco tecnológico de desarrollo de vehículos eléctricos llevados a cabo tanto por empresas como JAC Latinoamérica (Giant) y Bimbo, como por instituciones de educación e investigación superior con propuestas de desarrollos tecnológicos para vehículos eléctricos que respondan a las necesidades sociales y locales (IPN, UAM y UNAM).

En tanto *la servicialización de la movilidad*, iniciará su expansión vinculada también a la profunda crisis financiera de los años 2008-2009, con el surgimiento de la plataforma para los traslados *Uber*, en marzo de este último año. Este se convertirá muy pronto en el gigante del transporte urbano por aplicaciones (apps). Pronto la seguirán otras empresas de alcance global, como la española *Cabify* y la china *Didi* que con el tiempo alcanzará un lugar muy destacado rebasando a *Uber* en viajes servidos y socios-conductores. También surgirán *empresarios plataforma* de alcance regional o local prestando servicios muy similares (*Urbvan* y *Vemo*).

Por lo que respecta a los trabajadores vinculados a estas innovaciones en la movilidad debemos subrayar que los choferes, no considerados como asalariados, se convierten en “socios conductores”, según la conveniencia de las empresas plataforma y que mediante el uso de las aplicaciones y los complejos sistemas informáticos a ellas asociadas transfieren saberes, información y capacidades a los empresarios que los mercantilizan a su favor.

A los choferes les queda realizar las tareas más tediosas y pesadas que se relacionan con la operación del servicio: conducir, suministrar combustibles y lubricantes, verificar, mantener y salvaguardar el vehículo, etcétera. Adicionalmente son responsables de la gestión de las obligaciones vehiculares frente a las autoridades y muchas veces de la adquisición del vehículo. Se trata del regreso no sólo en nuestros países sino a nivel global -si es que alguna vez se fue del todo- de la informalidad laboral en el servicio de transporte.

Desde el punto de vista de la territorialidad metropolitana de los servicios de movilidad mediante plataformas, estas privilegian contundentemente los corredores urbanos y zonas consolidadas de la ciudad con buenos ingresos y adecuada infraestructura, aunque deficiente oferta de transporte público. Por ello la mayoría de los servicios, incluso gubernamentales, se localizan y prestan reiteradamente en las alcaldías centrales y en las zonas de los municipios conurbados de altos ingresos y desarrollos urbanos recientes, como en Huixquilucan y Naucalpan. De esta forma amplios territorios de la metrópoli son poco contemplados o de plano desatendidos por estas alternativas innovadoras o se encuentran excluidos completamente de sus beneficios.

Referencias

- AIMA**, 2023. El futuro de la Electromovilidad en México. [En línea] Available at: <https://www.amia.com.mx/>
- Apel-Muller**, 2011. Visions de futur i utopies de ciutat-mobilitat: sessió 2 [Entrevista] 2011.
- Borthagaray, P. & Orfeuil, J.**, 2013. La fábrica del movimiento. Buenos Aires: Café de las Ciudades e IVM.
- Contreras & Borthagaray, A.**, 2020. Hiperlugares móviles actividades conectadas más allá del transporte. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Coriat, B.**, 1994. Globalización de la economía y dimensiones macroeconómicas de la competitividad. En: Realidad Económica. s.l.:s.n., pp. 99-113.
- Dabat, A., Escárcega, J., Hernández, J. & Montiel, P.**, 2022. El capitalismo actual y sus componentes constitutivos. En: A. Dabat, ed. Del agotamiento del neoliberalismo hacia un mundo multipolar, inclusivo y sostenible. s.l.:s.n.
- Dabat, A. & Ordóñez, S.**, 2009. Nuevo ciclo industrial y división internacional del trabajo: marco general para el estudio de la incursión internacional de México. En: Revolución informática. s.l.:s.n.
- El Economista**, 2022. Uber acuerda con VEMO sumar 250 autos eléctricos a su flota en la CDMX. [En línea] Available at: <https://www.eleconomista.com.mx/estados/Uber-acuerda-con-VEMO-sumar-250-autos-electricos-a-su-flota-en-la-CDMX-20220208-0052.html>
- El País**, 2021. MOBILITY ADO, VEMO y el Gobierno de Ciudad de México lanzan la primera flota de autobuses 100% eléctricos y electroterminal. [En línea] Available at: <https://elpais.com/sociedad/2021-09-09/mobility-ado-vemo-y-gobierno-de-la-ciudad-de-mexico-lanzan-primera-flota-de-autobuses-100-electricos-y-electroterminal.html>
- Expansión**, 2023. Uber: la app que impuso condiciones de trabajo similares a las del siglo XIX.. [En línea] Available at: <https://expansion.mx/tecnologia/2023/02/20/capitalismo-uberizacion-trabajo-natalia-radetich#:~:text=%E2%80%9CEstamos%20volviendo%20al%20siglo%20XIX,Capitalismo%3A%20la%20uberizaci%C3%B3n%20del%20trabajo.>
- Forbes**, 2017. Cómo Uber está cambiando la forma en que nos relacionamos. [En línea] Available at: <https://www.forbes.com/sites/stevenbertoni/2017/02/08/how-uber-is-changing-the-way-we-relate-to-each-other/?sh=1e45d6723a8c>
- Garza, G.**, 2013. Teoría de las condiciones y los servicios generales de la producción.. D.F: El Colegio de México, Centro de Estudios Demográficos, Urbanos y Ambientales.
- Hobsbawm, E. J.**, 2017. Globalisation, democracy and terrorism. London: Little, Brown.
- IGO**, s.f. IGO México. [En línea] Available at: <https://igomexico.com.mx/>

- Medina & Navarro**, 2013. Documentos de los liderazgos de taxistas respecto al transporte urbano por aplicaciones en la capital nacional ante las autoridades de la Ciudad de México. Ciudad de México: s.n.
- Navarro, B.**, [Entrevista sobre el transporte público de la Ciudad de México, 2023., Gurk, Christoph, corresponsal para América Latina de la publicación alemana Süddeutsche Zeitung] (Abril 2023).
- Navarro, B.**, 1992. Ciudades y políticas urbanas. En: Las políticas de transporte urbano en América Latina: El caso de la Ciudad de México'. s.l.:s.n.
- Navarro, B.**, 2017. El Futuro de la Movilidad Urbana. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Navarro, B.**, 2021. El Presente del Futuro de la Movilidad. Ciudad de México, Rectoría General de la UAM.
- Orfeuil, J. P.**, 2013. Quand la voiture devient contrainte. Revue Projet, pp. 50-58.
- OTAMM, UAM**, 2023. Formas emergentes de movilidad y “nuevos empresarios” del transporte urbano, Ciudad de México: s.n.
- OTAMM, UAM**, 2018. Reporte Trabajo de Campo, s.l.: s.n.
- Sandoval, S.**, 2023. La sucesión histórica de las fuerzas productivas en el marco de la ley de acumulación.. En: El desarrollo de las fuerzas productivas y la economía digital. UNAM, Ciudad de México: s.n., pp. 89-136.
- Urbvan**, 2023. Urbvan y Swvl juntos por una movilidad sustentable global. [En línea]
Available at: <https://urbvan.com/blog/urbvan-y-swvl-juntos-por-una-movilidad-sustentable-global/>
- Viso, E.**, 2016. Bill Ford: así era la movilidad hace 100 años, así será. [En línea] Available at: <http://bit.ly/2koqA8p>. Último acceso: 03 Julio 2023].
- Wikipedia**, 2023. DIDI. [En línea] Available at: <https://es.wikipedia.org/wiki/DiDi>
- Wikipedia**, 2023. Uber. [En línea] Available at: <https://es.wikipedia.org/wiki/Uber>

Empresa comunitaria de carbón vegetal Ka Niula Yanni y el desarrollo endógeno en San Juan Evangelista Analco, Oaxaca

Vilma Idalia Antonio Cruz¹

Tania Valentina Pérez Riaño Arredondo²

Jorge Antonio S. Acevedo Martínez³

Resumen

El estado de Oaxaca, México, tiene 570 municipios distribuidos en ocho regiones con una amplia diversidad biocultural que varía de región en región. En consecuencia, el desarrollo debe atender las necesidades diversas que cada municipio requiera.

San Juan Evangelista Analco es un municipio que se ha distinguido por el manejo forestal, derivado de esa actividad, el comisariado de bienes comunales participó en una convocatoria que les permitió emprender una empresa comunitaria de carbón vegetal denominada “Ka Niula Yanni”, constituida por un grupo de mujeres pertenecientes a la comunidad.

Esta investigación cualitativa de tipo no experimental con enfoque descriptivo y parte del supuesto de que, la buena gestión de la empresa “Ka Niula Yanni” incide en el desarrollo endógeno de la comunidad. La información se obtuvo mediante la técnica de la observación participante en la comunidad, específicamente con el comisariado de bienes comunales y con las mujeres que laboran en la empresa de carbón Ka Niula Yanni, con la finalidad de conocer los limitantes externos e internos que afectan a la empresa y por consiguiente su incidencia en el desarrollo endógeno.

Los resultados muestran que la empresa Ka Niula Yanni incide en el desarrollo endógeno, sin embargo, que tiene limitantes importantes para las que se deben buscar alternativas y que éstas no sigan obstaculizando el desarrollo endógeno de la comunidad.

Conceptos clave: 1. Empresa Comunitaria, 2. desarrollo endógeno, 3. carbón vegetal

Introducción

A lo largo del tiempo las sociedades han buscado la manera de mejorar el contexto en el que viven, ejemplo de esto son las empresas comunitarias, las cuales están orientadas al bienestar de la sociedad en su conjunto, (IICA, 1975), por lo tanto, representan una alternativa para incidir en el desarrollo de las comunidades, sin embargo, este modo de producción tiene diferentes dificultades para permanecer en el mercado.

¹ Vilma Idalia Antonio Cruz/Licenciada en Administración / Tecnológico Nacional de México campus Oaxaca (ITO) /correo electrónico: vilma.idalia.antonio@gmail.com

² Tania Valentina Pérez Riaño Arredondo/ Doctora en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico/ correo electrónico: valentina.priano@gmail.com

³ Jorge Antonio S. Acevedo Martínez/ Doctor en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico/ Tecnológico Nacional de México campus Oaxaca (ITO)/ correo electrónico: acevedoacad@gmail.com/

Esta investigación se plantea que en la comunidad de San Juan Evangelista Analco se encuentra una empresa comunitaria de carbón vegetal denominada Ka Niula Yanni, constituida por mujeres de la misma comunidad, que tiene problemas de desarrollo debido a que la economía de mercado no incluye este tipo de producción, como consecuencia estas dificultades de la empresa Ka Niula Yanni obstaculizan el desarrollo endógeno de la comunidad.

En los resultados, los cuales se obtuvieron mediante la implementación de herramientas de diagnóstico, se detallan las características de la empresa comunitaria Ka Niula Yanni que muestran cómo es la gestión de esta empresa, también se hace un análisis del potencial endógeno de la comunidad, en donde se encuentra que la comunidad tiene una orientación forestal, pero con limitaciones que deberán buscar la manera de superarlas.

Con este trabajo se pretende resaltar la importancia de las empresas comunitarias qué, a diferencia de las empresas mercantiles, estas tienen por objeto contribuir a la comunidad, como una alternativa de producción donde las personas de la misma comunidad dirigen sus proyectos. Aunado a esto, la comunidad ha demostrado que es sostenible, por lo tanto, este modo de producción debería tener más facilidades para permanecer en el mercado.

Planteamiento del problema

A lo largo de la historia, las diferentes formas de producir la vida no se pueden incorporar al mercado por lo que han creado estrategias para poder subsistir en un entorno capitalista. En este sentido, Singelman (1981) establece que uno de los intentos más sistemáticos lo constituye el estudio de Paré sobre la proletarización rural en México, durante el siglo XX, donde resalta las limitaciones de la proletarización bajo las restricciones estructurales que existen en la economía de la periferia capitalista; hace incapié en que las empresas capitalistas tienen capacidades restringidas para absorber en condiciones adecuadas la producción rural (Singelman, 1981: 344).

Actualmente, existen diversos modos de organización inmersos en la economía de mercado como la comunalidad⁴. En el estado de Oaxaca, específicamente en la Sierra Norte en el distrito de Ixtlán de Juárez, hay una diversidad de comunidades que se rigen bajo este sistema de ordenamiento territorial, en el cual, a diferencia del capitalismo, no existe la propiedad privada sino la propiedad comunal⁵ y el modelo político es la comunalicracia⁶. En la comunalidad se incluyen otros modos de producción que les permite a las familias obtener lo necesario para vivir, Martínez (2015) afirma que, en la comunalidad, la manera que dirigen su economía les ha vuelto resistentes, no hay competencia, no se negocia, es recíproca, la relación de los productores comunitarios es horizontal, comparten su vida, diseñan su futuro y tienen una relación articulada con la naturaleza (Martínez, 2015: 112).

⁴ Sociedad territorializada, es comunalmente organizada, diseñan sus propias estrategias, actitudes, proyectos, principios, normas e instancias. La productividad es recíproca y las festividades son colectivas. (Martínez, 2015)

⁵ En la propiedad comunal la tierra es de todos, se respeta el uso familiar, pero se comparte lo comunal. (Martínez, 2018)

⁶ Es el poder por medio de la asamblea, también es la selección de valores y principios avalados por la comunidad. (Martínez, 2018).

Dentro del comunalismo se encuentran las empresas comunitarias, en este sentido Zamora et al., (2010) precisan que las empresas comunitarias en la Sierra Norte de Oaxaca, que han sido emprendidas para la generación de ingresos, se han consolidado por los acuerdos, reglas y códigos que regulan el usufructo de los recursos de la comunidad (Zamora, et al., 2010: 9).

Sin embargo, este tipo de empresas se enfrentan a diferentes dificultades, Zamora, et al., (2010) establecen que entre los problemas de las empresas comunitarias se encuentran las siguientes:

- Problemas sociopolíticos: la relación de lógicas de la relación de la organización comunitaria y la gestión empresarial ya que gira alrededor del funcionamiento de los proyectos productivos de las comunidades.
- Problemas administrativos: En la mayoría de las comunidades hay un bajo nivel de profesionalización por parte de la dirección de las empresas comunitarias.
- Problemas económicos: Las empresas comunitarias se enfrentan a diversos problemas económicos lo que provoca que la permanencia de estas sea difícil.
- Problemas institucionales: Las comunidades crean sus propias instituciones donde regulan la vida comunitaria, así como la gestión de las empresas.

Este tipo de problemas son los que tiene la empresa comunitaria de carbón vegetal denominada Ka Niula Yanni, perteneciente al municipio de San Juan Evangelista Analco, comunidad ubicada en la región de Sierra Norte del estado de Oaxaca y que se distingue por el manejo forestal.

La empresa Ka Niula Yanni fué originalmente gestionada por el comisariado de bienes comunales, quienes participaron en una convocatoria emitida por la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR, con la que la comunidad obtuvo el beneficio y posterior a esto la empresa fue constituida por mujeres, quienes fueron capacitadas para producir carbón vegetal en otra empresa denominada Villas del Carbón y se construyeron las instalaciones de la empresa. Esta empresa representa una manera de propiciar desarrollo endógeno a la comunidad, así como una alternativa para que las colaboradoras tengan una retribución económica, por tal motivo es importante analizar la empresa comunitaria Ka Niula Yanni y de esta manera conocer las dificultades que atraviesa la empresa comunitaria, la cual tiene por macroentorno la economía de mercado.

Derivado de lo anterior, es importante conocer las situaciones que la empresa comunitaria Ka Niula Yanni afronta, mismas que obstaculizan el desarrollo endógeno de la comunidad, pues si la empresa de carbón vegetal no logra permanecer, esto representa una pérdida para la comunidad ya que algunas familias de las mujeres que trabajan en la comunidad se quedarían sin un ingreso económico de apoyo a sus necesidades, la comunidad en general ya no tendría los beneficios que obtienen de la empresa comunitaria y el recurso económico que se ha invertido se perdería, Por tal motivo, resulta relevante conocer las condiciones de la empresa y cómo estas inciden en que se propicie el desarrollo endógeno de la comunidad.

Objetivos

Objetivo general

Identificar las limitantes de la empresa de carbón vegetal Ka Niula Yanni a través de un análisis que muestren los factores que contribuyen a la obstaculización del desarrollo endógeno en la comunidad de San Juan Evangelista Analco.

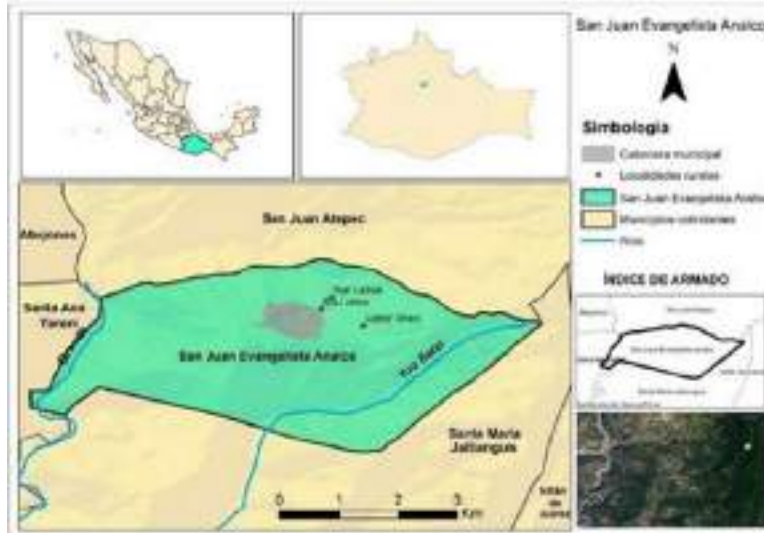
Objetivos específicos

- Caracterizar la empresa comunitaria de carbón Ka Niula Yanni que determine aspectos de la gestión y estructura de la empresa.
- Identificar el potencial endógeno de la comunidad a través de un análisis que muestre las condiciones de los recursos de la comunidad.
- Identificar la situación de la empresa Ka Niula Yanni analizando aspectos internos y externos que determinen los obstáculos que inciden en el desarrollo endógeno de la comunidad.

Marco Contextual

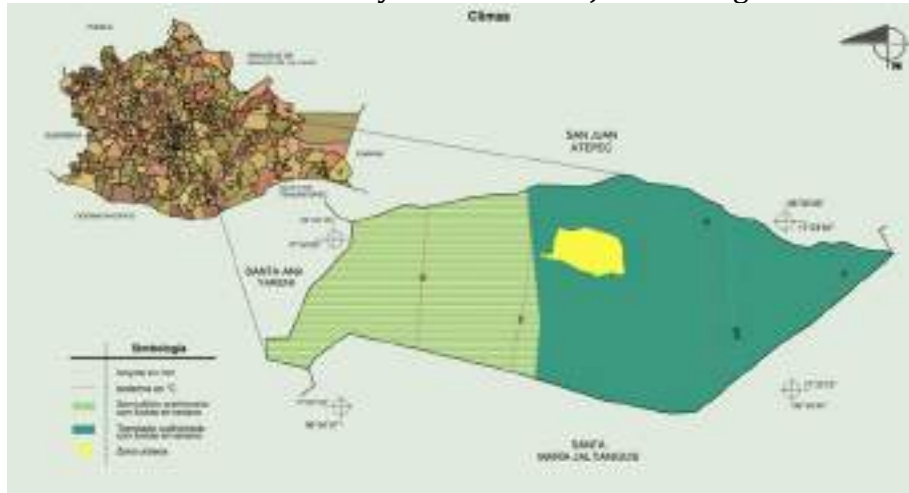
De acuerdo con el Plan de Desarrollo Municipal 2021 (PDM), el municipio de San Juan Evangelista Analco pertenece al distrito de Ixtlán de Juárez en la región de la Sierra Norte de Oaxaca (Ilustración 1). Se encuentra ubicado a una distancia de 63 km de la ciudad de Oaxaca de Juárez. La población se encuentra situada a 8 km en una desviación en la carretera federal Oaxaca-Tuxtepec (PMD, 2021:23).

Ilustración 1 Localización del distrito de Ixtlán de Juárez



Fuente: Obtenido de Pérez Riaño (2022)

Ilustración 2 Colindancias y clima de San Juan Evangelista Analco



Fuente: Obtenido de Compendio de información geográfica municipal 2010, San Juan Evangelista Analco

San Juan Evangelista Analco colinda al norte con el municipio de San Juan Atepec; al este con los municipios de San Juan Atepec y Santa María Jaltianguis; tiene colindancia al sur con el municipio de Santa María Jaltianguis y al oeste con los municipios de Santa María Jaltianguis y Santa Ana Yareni. Ubicado geográficamente entre los paralelos 17°23' y 17°25' de latitud norte; los meridianos 96°29' y 96°35' de longitud oeste; altitud entre 1,300 y 3,000 m.s.n.m. (INEGI, 2010, pág. 2)

El clima de la comunidad es templado subhúmedo con lluvias en verano y semicálido subhúmedo con lluvias en verano, el rango de temperatura oscila entre 12°C y 22°C. (INEGI, 2010)

Marco Teórico

La empresa comunitaria tiene características propias que difieren de las empresas mercantiles, en este sentido José Emilio Araujo en IICA (1975:69) establece que la empresa comunitaria es una forma asociativa de propiedad y autogestión, se identifica con la modificación de la tenencia de la tierra con la finalidad que la asociación pueda llegar a permanecer y con este proceso agrario quien ingresa a una empresa comunitaria debe estar dispuesto a cambiar su modo de vivir.

Así mismo José Emilio Araujo (1975) sostiene que la empresa comunitaria requiere para su integración la presencia de un proceso permanente de capacitación que le permita extenderse por encima de líderes físicos, deberá adoptar decisiones y distribuir beneficios en razón de las personas y de la independencia de sus aportes de capital. En la empresa comunitaria desaparece el sentido circunscrito de la mutualidad autobeneficia y el mismo se expande el provecho de la actividad conjunta orientada hacia el bienestar de la sociedad global.

Es decir, José Emilio Araujo hace hincapié en que las empresas comunitarias, a diferencia de las mercantiles, son formas asociativas de propiedad y autogestión, no hay una

mutualidad autobenéfica que esté orientada al aporte de capital por cada socio y esta forma de asociación, a su vez, ayuda a una sociedad global en su conjunto, por lo que se puede deducir que la empresa comunitaria es una alternativa para las sociedades con características particulares de organización territorial y políticas que se encuentran inmersas en la economía de mercado.

Por su parte, Bosco Pinto (1975:96) establece que las empresas comunitarias dan énfasis en que la propiedad es comunitaria, aunque la propiedad sea privada, prevalecen los aportes de trabajo más que de capital, ya que los beneficiarios carecen él. La misma organización, es decir, los trabajadores son quienes tienen el control del proceso productivo.

Bosco Pinto, (1972) en su obra: Bases para la elaboración de una metodología de análisis de empresas comunitarias campesinas señala que las empresas comunitarias tienen elementos básicos:

1. El aspecto económico: implica el proceso de utilización racional de los recursos productivos; tierra, capital y trabajo.
2. El aspecto social, por el término comunitario implica un grupo humano sociológicamente hablando que comparten objetivos y metas específicas.
3. El aspecto político: es acerca de la pertenencia a un grupo social más amplio y hace referencia a “campesinos” denotando el sector de la población económica, resultante del hecho de no poseer ni controlar los factores de producción. (Pinto,1972:4).

En este sentido, Bosco Pinto propone analizar las empresas comunitarias a partir de los siguientes elementos básicos: el económico, social y político, donde, en esta forma de producción, el trabajo prevalece por encima de los aportes de capital. Esto implica que son los trabajadores o socios quienes tienen el control de la producción de la empresa, lo cual incide de manera más directa a los beneficios de una comunidad, a diferencia del impacto que logra tener una empresa de tipo mercantil, ya que los beneficios se concentran en las utilidades de los inversionistas privados.

Por otro lado, Gasca Zamora (2014:94) establece que las empresas comunitarias como alternativa a la modalidad privada de los recursos forestales fue posible por el desarrollo de estrategias y asociatividad que les permitiría a las comunidades apropiarse de los procesos productivos a través de la capacitación técnica y administrativa.

Gasca Zamora establece que las instituciones comunitarias subyacen de condicionantes de orden histórico, cultural y espacial que deben tomarse en cuenta para atender su origen, funcionamiento y adaptación. La forma de asociación de escala empresarial para la gestión de recursos naturales proviene de un proceso evolutivo aunado a un sistema de normas que ha permitido, innovar, generar aprendizaje, reconstruir nuevas relaciones sociales y prácticas materiales (2014: 98-99). Las cuales resultan en diferentes efectos en la vida comunitaria y el territorio donde se desarrolla la empresa comunitaria.

Las empresas comunitarias tienen una estructura que va interrelacionada con la gestión de la comunidad que se compone por los siguientes factores:

- La asamblea de comuneros representa un espacio para tomar decisiones relacionadas con el territorio, usufructo de recursos, destino de utilidades, las inversiones, coordinaciones, gestión de empresas, entre otros.
- Existen mecanismos de transparencia y rendición de cuentas mediante informes que el comisariado de bienes comunales (CBC) tiene a su cargo; la conducción, gestión y administración de las empresas comunitarias.
- Existen grupos auxiliares que promueven el control y la transparencia de los recursos, también buscan acotar las decisiones individuales y prácticas no éticas, estos grupos se denominan consejos de vigilancia o comisiones revisoras.
- La gobernanza dirige y pretende generar relaciones horizontales, también refiere a una serie de arreglos formales e informales que determinan el modo en que se toman decisiones y de ejecutan acciones.
- El capital social, la confianza, la solidaridad y las redes de cooperación son recursos que pueden explicar los procesos de estrategias de producción, estos colectivos están insertos en mayor o menor grado en los circuitos de mercado, prevalece la cultura de apoyo mutuo, se concreta cómo formas de trabajo no asalariadas.
- Las empresas comunitarias tienen su propia racionalidad y los procesos de distribución de excedente se decide en asamblea comunitaria, generalmente las utilidades por lo general no son altas y las dividen entre los comuneros. (Gasca, 2014)

Así mismo, Gasca propone que las empresas forestales comunitarias se pueden caracterizar en tres tipos de modalidad:

- a) Solidario: es una modalidad no asalariada, bajo un sistema de cargos, se ubica en los puestos de conducción como el comisariado de bienes comunales, la temporalidad es diversa en estos puestos.
- b) Parcialmente asalariado: en puestos operativos y de coordinación a empresas de productos no maderables.
- c) Asalariado: trabajadores operativos de empresas forestales principalmente y algunos puestos de dirección y administración. (Gasca, 2014:110).

Hasta este punto, es viable argumentar que la empresa comunitaria beneficia a una comunidad en su conjunto, donde prevalece la importancia del trabajo colectivo, y resultan una alternativa para que las comunidades obtengan beneficios, haciendo posible que éstas pueden incorporarse a la economía de mercado, con el paradigma de incorporarse a un sistema que no produce bajo las lógicas del apoyo mutuo. Por lo tanto, es posible deducir que la gestión está interrelacionada con el ordenamiento territorial, lo cual representa una alternativa para aquellas comunidades con vocación productiva agrícola que no han encontrado espacio en las políticas públicas económicas tengan alternativas para generar ingresos y desarrollo para la comunidad en conjunto.

Las sociedades tienen diferentes maneras para buscar el bienestar para los ciudadanos, uno de ellos es el desarrollo endógeno. En este sentido, Garofoli (1995) afirma que un modelo de desarrollo endógeno debe garantizar la autonomía del proceso de transformación del sistema económico local y que sea relativamente sostenible, debe basarse en las características locales y en la habilidad para controlar ciertas variables fundamentales.

1. El uso de recursos locales (trabajo, capital acumulado históricamente, empresariado, conocimiento específico de los procesos de producción, tareas profesionales específicas y recursos materiales)
2. Habilidad de controlar, localmente, los procesos de acumulación
3. Capacidad de innovar
4. La existencia y habilidad para desarrollar interdependencias productivas, intrasectoriales e intersectoriales, a nivel local.

Desarrollo endógeno significa la capacidad de transformar el sistema socioeconómico; la habilidad de reaccionar a los desafíos externos; la promoción del aprendizaje social y la habilidad de introducir formas específicas de regulación social a nivel local, el desarrollo endógeno es la habilidad para innovar a nivel local. (Garafoli, 1995:117)

Para Sergio Boisier (1999:14) el desarrollo endógeno se produce como resultado de un fuerte proceso de articulación de actores locales y de variadas formas de capital intangible en el marco preferente de un proyecto político colectivo de desarrollo del territorio en cuestión. (Boisier, 1999: 14). Para el autor, la endogeneidad se manifiesta en cuatro planos que se relacionan:

- a) El plano político: representa una capacidad para tomar decisiones relevantes en relaciones a diferentes alternativas de desarrollo, así como la capacidad de generar y ejecutar políticas de desarrollo.
- b) El plano económico: se refiere a la apropiación y reinversión regional por parte del excedente con la finalidad de diversificar la economía regional.
- c) El plano científico y tecnológico: es la capacidad interna de un territorio para generar sus propios impulsos tecnológicos.
- d) El plano de la cultura: es la matriz generadora de la identidad socio-territorial.

Para Vázquez (2007:183), el desarrollo endógeno es una interpretación que incluye diversos enfoques que comparten una misma lógica teórica y un mismo modelo de políticas. Hace referencia a los procesos de crecimiento y acumulación de capital de territorios que tienen una cultura e instituciones propias, también toman sus propias decisiones de inversión.

La teoría del desarrollo endógeno y los modelos de crecimiento endógeno aceptan que existen diferentes sendas de crecimiento de las economías en función de los recursos disponibles y de la capacidad de ahorro e inversión, el progreso tecnológico es endógeno en los procesos de crecimiento (Vázquez, 2007:187).

Vázquez (2007) establece que el desarrollo endógeno está asociado con la capacidad de una comunidad para utilizar su potencial de desarrollo que tiene el territorio. Es decir, que el territorio puede ser una relación de intereses de una comunidad, lo que a su vez se convierte en un agente de desarrollo, por lo tanto, una comunidad territorial puede encontrar ideas nuevas por su propia iniciativa utilizando sus propios recursos y resolviendo sus problemas y necesidades (Vázquez, 2007: 188). Dentro del desarrollo endógeno se incluye el autodesarrollo con iniciativas locales, lo que significa que todos los territorios tienen recursos para potencializar el desarrollo, con lo cual se favorece el desarrollo autónomo o autodesarrollo solamente utilizando los recursos propios. Sin embargo, en ocasiones los proyectos diseñados en el territorio específico se gestionan o dirigen por personas ajenas, lo que conlleva a dificultades en la incorporación de los conocimientos de producción u organización que contribuyan a la obtención de rendimientos crecientes comunes (Vázquez, 2007: 190). Lo cual es referente de cómo las economías locales aún enfrentan dificultades para ser integradas en sistemas productivos nacionales e internacionales, por tal motivo se ven afectados en los procesos propios en los cuales participa la ciudadanía.

Por otro lado, Romero (2021) afirma que el desarrollo endógeno en el contexto rural se ha fortalecido debido a la participación comunitaria. En el caso de un contexto rural se deben abordar de forma integral y propone cuatro configuraciones para alcanzar el objetivo principal.

- a) Configuración económica: Desarrolla y estimula las capacidades empresariales, esto a su vez propicia la cooperación de redes entre los diferentes actores. Estimula la interacción y el aprendizaje en los mecanismos. Se puede acotar que las instituciones territoriales, condicionan el comportamiento de la productividad y el rendimiento.
- b) Configuración social: La prioridad de esta configuración es crear la necesidad de obtener conocimientos y desarrollo de capacidades para hacerse cargo del recurso material. También se encarga de propiciar el cooperativismo para la transformación del territorio.
- c) Configuración política: Esta configuración cumple la importante función de agrupar mecanismos y fuerzas de desarrollo que actúan sobre la acumulación de capital, la difusión de las innovaciones, la creación de redes empresariales, la dinámica del tejido institucional y sobre todo el impulso y mejoramiento de la calidad de vida en el desarrollo.
- d) Configuración cultural: El desarrollo cultural se produce por la creatividad de los ciudadanos en un determinado entorno. Es importante el desarrollo en la parte cultural para enfrentar nuevos desafíos de este mundo que cambia a una gran velocidad.

Derivado a lo establecido por los autores, se deduce que el desarrollo endógeno busca el uso de los recursos locales para potencializar su desarrollo, donde debe existir la capacidad de innovar y tener iniciativas locales, donde sea los ciudadanos pertenecientes a la comunidad quienes deben controlar sus procesos con la finalidad de incidir en su visión de desarrollo, ya que como precisan los referentes teóricos (Garafoli, 1995; Boissier, 1999; Vázquez, 2007) que el desarrollo endógeno transformará el sistema económico local a través de la diversificación de la economía regional contribuyen a un desarrollo endógeno que impacta de diferente manera en cada localidad, comunidad o región; es decir es un desarrollo de abajo hacia arriba.

Metodología

Este estudio se realizó utilizando un método cualitativo, la investigación es de tipo no experimental, con un enfoque descriptivo. Se parte de la hipótesis de que el buen desarrollo de la empresa comunitaria de carbón vegetal Ka Niula Yanni incide en el desarrollo endógeno de la comunidad de San Juan Evangelista Analco, Oaxaca, México. Este trabajo tiene la finalidad de conocer los problemas externos e internos a los que se enfrenta la empresa Ka Niula Yanni los cuales obstaculizan el desarrollo endógeno de la comunidad de San Juan Evangelista Analco.

La recolección de datos, se realizó por medio de la observación participativa con la finalidad de conocer las características de la empresa comunitaria de carbón vegetal Ka Niula Yanni, ya que esta tiene una relación con el ordenamiento territorial. Aunado a esto, se busca identificar el potencial endógeno con la finalidad de tener un panorama más específico acerca de la comunidad, lo que permite analizar los recursos con los que cuenta la comunidad y las alternativas para el uso de ellos, con la información obtenida se determinan los aspectos internos y externos a los que se encuentra inmersa la empresa Ka Niula Yanni.

Resultados

Caracterización de la empresa de carbón vegetal Ka Niula Yanni

San Juan Evangelista Analco es una comunidad que se caracteriza por el manejo forestal, tiene una gran cantidad de árboles de encino, los cuales solo eran utilizados para el uso y venta de leña, por lo cual el comisariado de bienes comunales (CBC) toma la decisión de agregarle valor mediante la construcción de dos hornos tipo rabo quente⁷ para producir carbón. Posterior a esto, CONAFOR emite una convocatoria en el año 2017 para otorgar apoyos a proyectos forestales, por lo que el CBC decide realizar el proyecto con un enfoque de género, debido a que la institución promovía la igualdad de género, junto a la necesidad de contar con capital social que apoyara con las funciones que se realizan en la comunidad. Este problema es consecuencia de que la población en Analco hasta el año 2023 cuenta con un población muy pequeña de “407” de habitantes (INEGI,2020) de los cuales, sólo el 51.93% se encuentra en edad productiva, aunado a esto, los jóvenes en edad escolar que representan un aproximado de 11.59% que se trasladan por temporadas a otro lugar para realizar sus estudios, también existe la migración con un aproximado del 12.23% (INEGI, 2020) dejando el porcentaje en edad productiva más reducido, por tal motivo la comunidad decide realizar el proyecto dirigido a las mujeres de la comunidad.

Derivado a lo anterior, la comunidad obtiene el apoyo por parte de CONAFOR y realizan la construcción de cinco hornos rabo quente para producir carbón, inscribieron a un grupo de mujeres de la comunidad quienes fueron reconocidas como socias de la empresa que se estaba formando, posterior a esto se trasladaron para tener capacitación en otra empresa de carbón vegetal llamado Villas de Carbón, donde aprendieron los fundamentos para producir carbón de calidad. Así nació la empresa de carbón vegetal que *Ka Niula Yanni* que significa “mujeres trabajadoras” en zapoteco, la inversión aproximada fue de un millón quinientos mil Pesos mexicanos (\$1,500,000.00).

⁷ Es un horno de mampostería con forma semiesférica para producir carbón vegetal. (CONAFOR, 2021)

Ilustración 3 Hornos para la producción de carbón vegetal de la empresa Ka Niula Yanni



Fuente: Elaboración propia

La empresa de carbón Ka Niula Yanni forma parte crucial de las formas de administración comunal, características de esta región, lo cual incide de manera importante en la gestión de la empresa, propiciando los siguientes factores:

La asamblea comunitaria es quien toma las decisiones acerca del destino de las utilidades de la empresa Ka Niula Yanni, en este sentido el CBC afirma que, con las utilidades reportadas, la asamblea comunitaria decidió comprar maquinaria para facilitar las operaciones y otra parte para la conservación del bosque cabe mencionar que las personas que habitan la comunidad no participaron de las utilidades de la empresa de carbón.

La gestión de la empresa comunitaria está a cargo del CBC en conjunto con las mujeres que laboran en la empresa quienes toman decisiones que consideren benéficas para la empresa, por ejemplo, el precio de venta, el horario de las mujeres que laboran, el volumen de la producción entre otros aspectos. Los resultados obtenidos son presentados por el CBC y las mujeres que laboran en la empresa ante la asamblea, en estos resultados explican acerca de las utilidades, los gastos y los ingresos obtenidos.

Durante la observación se encontró que en la empresa Ka Niula Yanni, la gobernanza de la comunidad, influye mucho en la empresa comunitaria, donde también los procesos y decisiones están coordinados y llevados a cabo por un colectivo, no lo hacen de manera individual. Cabe mencionar que en la empresa no hay puestos más importantes que otros, para realizar las operaciones, las mujeres que participan, saben realizar diferentes

actividades, no necesariamente operan un mismo puesto todos los días y tampoco hay niveles jerárquicos porque todos se consideran en el mismo nivel.

Para realizar el proceso de producción de carbón vegetal, la empresa comunitaria Ka Niula Yanni cuenta con un capital social, el cual está constituido por el CBC quienes brindan su apoyo en el proceso de producción en las actividades en las cuales son difíciles de realizar para las mujeres por ejemplo, el corte de leña, marcar árboles de encino, (tipo de madera para fabricar carbón) y cortar los que han sido seleccionados para la producción de carbón, también las mujeres que laboran realizan diferentes actividades para obtener el producto terminado, trabajan en conjunto para obtener mejores resultados para la empresa.

Con las visitas realizadas y la plática sostenida con el CBC se deduce que la empresa Ka Niula Yanni se encuentra en la clasificación: parcialmente asalariada, debido a que las mujeres que laboran reciben una retribución económica, lo que la comunidad denomina “jornal”. Sin embargo, el CBC no recibe una retribución porque forma parte del servicio de la comunidad que les corresponde realizar durante un periodo específico y que formar parte del servicio que se tiene que dar a la comunidad.

Identificación del potencial endógeno de San Juan Evangelista Analco

Para conocer el potencial endógeno de la comunidad de San Juan Evangelista Analco se realizó la metodología PASC que consiste en identificar el Potencial Aprovechable, Sostenible y Competitivo, este método fue diseñado por Giancarlo Canzanelli en 2004, quien afirma que es un instrumento útil para analizar el potencial

El primer paso del método PASC es la recopilación de la información, se inicia de manera empírica basándose en el conocimiento de la población que son la fuente de información. (Canzanelli, 2004)

Para realizar la identificación se realizó la observación participativa, se obtuvo información de las visitas realizadas a la comunidad, una de ellas fue una visita guiada en donde se obtuvo más información acerca de los recursos de la comunidad, así como la asistencia a un foro que organizó la Secretaría de Economía del estado de Oaxaca, 28 de febrero de 2023, en el municipio de Ixtlán de Juárez.

A partir de un mapeo de la información, como se muestra en la Tabla 1, después de haber identificado los recursos que se consideran estratégicos para el desarrollo de la comunidad: Recursos forestales, agrícolas y geomorfológicos, se obtuvieron los siguientes resultados:

Identificación del uso apropiado de los recursos:

A) Recursos forestales: Actualmente, la comunidad se distingue por el manejo forestal, tienen venta de madera en rollo, también producen carbón con recursos naturales de la comunidad con lo cual se asegura que el uso de los recursos naturales de la empresa es sostenible. Aunado a la observación realizada se considera que la comunidad puede realizar otros proyectos sostenibles como la venta de tablas de madera, fábrica de

muebles, producción herramientas como los mangos de los martillos, palas, escobas entre otros.

- B) Recursos agrícolas: Algunas familias que viven en la comunidad siembran productos como el ejote, maíz para el uso familiar, sin embargo, se observó que la comunidad tiene la posibilidad de sembrar diferentes tipos de árboles y plantas por lo cual se propone que la comunidad puede tener un huerto orgánico, hortalizas, producción de flores, así como la producción de frutas en almíbar.
- C) Recursos geomorfológicos: La comunidad cuenta con muchos recursos naturales entre los cuales se destacan los bosques, una laguna cerca de la comunidad, nacimientos de agua lo cual es atractivo para el turismo ecológico sustentable, en este sentido la comunidad realizó la construcción de cabañas, un salón para reuniones y un restaurante, ofrecen recorridos y un ambiente de tranquilidad a los visitantes, al mismo tiempo por ser una comunidad modelo en cuanto manejo forestal, la comunidad imparte seminarios a otras comunidades forestales del país y utiliza las instalaciones para que puedan pernoctar y realizar las actividades de enseñanza.

Condiciones que pueden vincular el aprovechamiento de los recursos:

- A) Limitantes de los recursos forestales: conocimiento en la realización de nuevos proyectos, en la comunidad se encuentran pocas personas que puedan laborar en los diferentes emprendimientos.
- B) Limitantes de los recursos agrícolas: este tipo de productos son perecederos lo cual limita el tiempo de la venta, tomando en cuenta que el mercado no ofrece canales que faciliten la venta de productos de las comunidades.
- C) Limitantes de los recursos geomorfológicos: Un factor muy importante es el transporte, ya que una de las opciones es llevar un automóvil propio y la otra opción es transbordando, pero no existe un transporte público que llegue directamente a la comunidad, también los medios de comunicación se limitan al ser una comunidad en la que no cuenta con señal telefónica.

Características que pueden diferenciar los recursos de otros similares o potencialmente competitivos.

- A) Ventajas comparativas de los recursos forestales: tienen más control acerca del uso de los recursos naturales que tienen en la comunidad.
- B) Ventajas comparativas de los recursos agrícolas: Se puede tener la posibilidad que por cierta cantidad de producto se puede llevar a domicilio, a comparación de otras comunidades que solo tienen productos en exhibición.
- C) Ventajas comparativas de los recursos geomorfológicos: la belleza que tiene la comunidad es muy competitiva con la que poseen otras comunidades, ya que su relieve tiene áreas de oportunidad para implementar más actividades, la comunidad también tiene una historia, identidad, así como el interés por el cuidado de los recursos naturales lo cual puede ser atractivo para el turismo.

Tabla1.Recursos territoriales

Recursos potenciales	Aprovechabilidad	Competitividad	Sostenibilidad
Recursos forestales	Actualmente la comunidad tiene madera en rollo a la venta, producen carbón vegetal y existen alternativas que pueden emprender para fomentar el desarrollo endógeno	La comunidad tiene control del uso de los recursos naturales y los productos que tiene a la venta son de buena calidad.	Estas actividades generan ingresos a la comunidad quienes solo hacen uso de los recursos sin exceder la capacidad que pueden utilizar aunado a esto también utilizan los ingresos para fomentar el cuidado de los recursos naturales.
Recursos agrícolas	En la actualidad no cuentan con emprendimientos agrícolas sin embargo tienen potencial para iniciar proyectos en este sector.	Los productos que se puedan llegar a producir en la comunidad tienen la posibilidad de transportarlos, lo cual representa una ventaja frente a los pequeños productores que de manera individual tienen a la venta sus productos en exhibición.	Si puede llegar a ser sostenible ya que son productos que satisfacen la necesidad básica de la alimentación, sin embargo, sería necesaria la capacitación para producir y tratar de reducir el impacto ambiental.
Recursos geomorfológicos	Actualmente, la comunidad tiene implementado el ecoturismo debido a la belleza de la población, sin embargo, se pueden realizar actividades alternas para ofrecer más opciones a los visitantes.	Las características de la comunidad tienen potencial y son competitivas con otros lugares que también tienen ecoturismo.	El ecoturismo de la comunidad de Analco es sostenible porque no se realizan actividades que requiera de residuos que afecten de manera potencial el ambiente.
Recursos humanos	Las personas que habitan la comunidad tienen inclinación hacia los recursos forestales.	La comunidad tiene personas capacitadas en el manejo forestal y el buen aprovechamiento de los recursos naturales.	La comunidad ha demostrado que tiene deseos de conocer más acerca del manejo de recursos naturales para obtener ingresos de manera sostenible.

Fuente: elaboración propia basado en el método PASC (Canzanelli, 2004)

FODA de la empresa comunitaria de carbón Ka Niula Yanni

A continuación, se muestra un FODA realizado a la empresa Ka Niula Yanni, con base a la información obtenida del trabajo de campo.

Fortalezas	Debilidades
Los que laboran en la empresa están capacitados y buscan la sostenibilidad Cuentan con suficientes recursos naturales lo cual facilita la producción Buscan mejorar constantemente sus formas de producción mediante la capacitación La empresa tiene la posibilidad de entregar sus productos a domicilio El comisariado de bienes comunales apoya la empresa de carbón por lo cual tienen respaldo por la autoridad de la comunidad	El traslado de la comunidad hacia la empresa de carbón se dificulta ya que van caminando y esto afecta en la gestión del tiempo. La mercadotecnia, contabilidad, miscelánea fiscal son temas incipientes. Tienen un problema de canales de comercialización para llegar a los clientes La empresa tiene poca participación en el mercado capitalista. La generación de utilidades que tiene la empresa es poca y las personas de la comunidad desean ver mas utilidades.
Oportunidades	Amenazas
Diferentes instituciones educativas apoyan a los proyectos de la comunidad Existen alternativas para poder implementar y tener mayor participación en el mercado capitalista Existen eventos de difusión que organiza el gobierno del estado como las ferias en donde se puede dar a conocer su producto.	Los reglamentos que han sido impuestos para comercializar que las empresas mercantiles si pueden realizar. La competencia por parte de otras productoras de carbón provenientes de madera ilegal a bajo precio Los intermediarios que tienen la capacidad de abarcar el mercado capitalista y obtienen mejores utilidades que los productores La miscelánea fiscal que actualmente las empresas mercantiles pueden dominar y no abarca a las empresas comunitarias.

Conclusiones

En la caracterización de la empresa de carbón se puede distinguir la estructura de la empresa, en donde la máxima autoridad es la asamblea comunitaria, quienes toman la decisiones acerca del destino de las utilidades, el comisariado de bienes comunales afirmó que no se repartieron las utilidades, decidieron comprar una cortadora de leña y un montacargas y otra parte de las utilidades fue destinada al cuidado del bosque, lo que se deduce que la empresa comunitaria Ka Niula Yanni es sostenible, pues como especifican los referentes teóricos, los beneficios que se obtienen de la gestión de la empresa comunitaria inciden en el mantemiento de intereses comunes comunitarios. Es decir, Ka Niula Yanni es una forma de

producción que satisface necesidades y es sostenible, con lo cual hace posible propiciar el desarrollo endógeno de la comunidad, ya que es una empresa gestionada por la propia comunidad, que genera ingresos para algunas familias de la comunidad y que además contribuye a la conservación del bosque.

Con respecto a la identificación del potencial endógeno, se identifica que hay limitaciones a consecuencia de la cobertura telefónica, el transporte, así como a la reducida cantidad de personas que viven en la comunidad en edad productiva, consecuencia de la migración, condición que se esperaríase vieran mitigados con la implementación de proyectos como la empresa Ka Niula Yanni.

La comunidad tiene una gran riqueza en recursos naturales y una importante capacidad para generar proyectos de iniciativa local que pueden satisfacer sus necesidades, generar el trabajo y el cuidado del medio ambiente.

En cuanto al diagnóstico que se hizo a la gestión de la empresa, se puede identificar que la empresa comunitaria tiene aspectos internos y externos que no le permiten tan fácilmente participar en el mercado, debido a que el sistema nacional está diseñado sin contemplar otro modo de producción como la empresa comunitaria. En el cuadrante de las debilidades se puede observar que los temas para el manejo de empresas mercantiles son incipientes en la empresa comunitaria, sin embargo, son temas que sirven para comprender a la economía de mercado. En el cuadrante de las amenazas se puede distinguir que realmente la economía de mercado excluye a las empresas comunitarias.

Derivado a lo anterior, se deduce que la comunidad tiene un gran potencial para el desarrollo endógeno, la empresa de carbón vegetal es capaz de propiciar el desarrollo endógeno, pero tiene limitantes sobre todo externos que afectan al crecimiento de la empresa, por consecuencia esto da como resultado que entre más limitantes tenga la empresa, en menor medida puede propiciar el desarrollo endógeno.

Discusiones

La presente investigación permitió conocer como una empresa comunitaria con una gestión diferente a la economía de mercado puede propiciar el desarrollo endógeno, se encontró que tiene limitaciones significativas para integrarse a la economía de mercado, lo que a su vez dificulta el desarrollo endógeno en San Juan Evangelista Analco, la empresa comunitaria de carbón vegetal Ka Niula Yanni, considerando la venta de madera en rollo y el ecoturismo, puede diseñar estrategias que brinden más beneficios para la comunidad, propiciando en mayor medida el desarrollo endógeno. Es decir, deben diseñarse estrategias integrales que contemplen cada una de las actividades que forman parte de la vocación comunitaria.

Se identificaron características que distinguen a la empresa Ka Niula Yanni, por ejemplo, a diferencia de José Emilio Araujo (1965) quien establece que las empresas comunitarias cambian la modificación de la tenencia de la tierra, en el caso de San Juan Evangelista Analco, la creación de la empresa comunitaria no cambió la tenencia de la tierra, ya que la empresa se ajustó al tipo de ordenamiento territorial.

Por otra parte, José Antonio Gasca Zamora (2014) establece que las utilidades de las empresas comunitarias son decisión de la asamblea comunitaria que por lo general si lo

reparten en los habitantes de la comunidad, sin embargo, en este caso se encontró que la asamblea decidió que una parte se reinvirtiera en la empresa de carbón para que siga creciendo y otra parte para el cuidado del bosque, lo que muestra las diversas formas de gobernanza que se da en las distintas comunidades y cómo estas atienden a las necesidades que la comunidad decide son prioridad atender en pro del bien común (autogestión).

Respecto al desarrollo endógeno, Vázquez Barquero (2007) establece que la sociedad que implementa el modelo de desarrollo endógeno usualmente desconoce la importancia de introducir conocimientos en los procesos de producción y por tal motivo estas economías locales no están integradas a sistemas productivos nacionales e internacionales. Sin embargo, en el caso de San Juan Evangelista Analco, se encontró que es una comunidad dispuesta a adquirir nuevos conocimientos, ejemplo de ello es la empresa comunitaria Ka Niula Yanni, donde las colaboradoras van a otros lugares para aprender otras técnicas de producción aunado a eso aceptan ayuda de estudiantes para adquirir conocimientos en diferentes disciplinas relativas a la gestión de la empresa. Sin embargo, los resultados muestran que con otras limitantes internas comunitarias que requieren mayor detalle en su indagación, así como limitantes externas que son las que dificultan que la empresa Ka Niula Yanni incida en el desarrollo endógeno en la comunidad.

Con esta investigación se reconoce que la empresa comunitaria Ka Niula Yanni incide en el desarrollo endógeno y resulta en un referente para demostrar la capacidad que tienen los proyectos locales que se rigen bajo una gobernanza local y valores comunitarios para incidir en el desarrollo endógeno. Es decir, el desarrollo endógeno tiene un mayor impacto cuando se propicia de estrategias locales.

Una de las limitaciones de esta investigación es que no se implementó una metodología cuantitativa para obtener datos que indiquen en qué medida la empresa de carbón incide en el desarrollo endógeno de la comunidad, en investigaciones posteriores se busca indagar con mayor detalle en este punto. Por lo tanto, para futuras investigaciones sería conveniente realizar completamente la metodología PASC para conocer la viabilidad de cada recurso de manera cuantitativa, así mismo, sería interesante conocer la incidencia, no sólo de la empresa comunitaria de carbón, sino además del ecoturismo y la venta de madera en el desarrollo endógeno de la comunidad y a su vez conocer cuál de estas lo propicia en mayor medida; así como la prospectiva del desarrollo endógeno de la comunidad.

Referencias

- Boisier, S.** 1999, "Desarrollo (local) ¿De qué estamos hablando? Disponible en: https://www.flacsoandes.edu.ec/web/imagesFTP/1245948918.Desarrollo_Local_De_que_estamos_hablando_2_.pdf. Fecha de acceso: 18 de julio de 2023.
- Bosco Pinto, J.** 1972, "Bases para la elaboración de una metodología de análisis de las empresas comunitarias campesinas" disponible en: <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/9996/BVE20058049e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Fecha de acceso: 17 de julio de 2023.
- Canzanelli, G.** 2004, "Valorización del potencial endógeno, competitividad territorial y lucha contra la pobreza". Disponible en: http://www.ilsleda.org/usr_files/papers/valorizacion_po_169499.pdf. Fecha de acceso: 12 de julio de 2023.
- CONAFOR**, 2021, "Carbón vegetal: una alternativa sustentable para las comunidades". Disponible en: <https://www.gob.mx/conafor/es/articulos/carbon-vegetal-una-alternativa-sustentable-para-las-comunidades?idiom=es#:~:text=Horno%20tipo%20Rabo%20Quente%3A&text=Este%20tipo%20de%20horno%20tiene,de%2032%20a%2048%20horas>. Fecha de acceso: 24 de julio de 2023.
- Garófoli, G.** 1995, "Desarrollo económico, organización de la producción y territorio". Disponible en: <http://www.yorku.ca/ishd/CUBA.LIBRO.06/DEL/CAPITULO10.pdf>. Fecha de acceso: 14 de julio de 2023.
- Gasca, Zamora.** 2014, "Gobernanza y gestión comunitaria de los recursos naturales de la Sierra Norte de Oaxaca". Disponible en: <https://www.scielo.org.mx/pdf/regsoc/v26n60/v26n60a4.pdf>. Fecha de acceso: 20 de julio de 2023.
- IICA.** 1975, "La empresa comunitaria, un sistema reformista en el proceso agrario Latinoamericano". Disponible en: <https://repositorio.iica.int/handle/11324/13266>. Fecha de acceso: 11 de julio de 2023.
- INEGI**, 2020, "San Juan Evangelista Analco", *Sitio Web*, Data México, disponible en: <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/san-juan-evangelista-analco?workOrSchool=schoolMean#economy> Fecha de acceso 31 de julio de 2023.
- INEGI**, 2020, "Sistemas de consulta", *Sitio Web*, México en cifras, disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/descarga/?ag=20&ti=7> Fecha de acceso 31 de julio de 2023.
- INEGI**, 2010, "Compendio de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos, San Juan Evangelista Analco, Oaxaca", *Sitio Web*, INEGI, México, disponible en: https://www.inegi.org.mx/contenidos/app/mexicocifras/datos_geograficos/20/20196.pdf Fecha de acceso 19 de junio de 2023.

- Martínez, Luna, J.** 2015, “Conocimiento y comunalidad”. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28643473006>. Fecha de acceso: 22 de julio de 2023.
- Martínez Luna, J.** 2018, “Comunalidad y desarrollo” Disponible en: <https://redalforja.org.gt/mediateca/wp-content/uploads/2018/05/Comunalidad-y-desarrollo.pdf>. Fecha de acceso: 23 de julio de 2023.
- Pérez Riaño, T.** 2022, *La apropiación social de los eco-sistemas forestales en México. Una propuesta metodológica desde la economía ecológica*. Tesis doctoral. Oaxaca de Juárez, Tecnológico Nacional de México/ITO.
- PMD** 2021, “Plan Municipal de Desarrollo San Juan Evangelista Analco”, México, Fecha de acceso 19 de junio de 2023.
- Romero, J.** 2021, “Configuraciones del desarrollo endógeno en contexto rural”. Disponible en: <https://revistas.unibe.edu.ec/index.php/qualitas/article/view/95/193>. Fecha de acceso: 27 de julio de 2023.
- Singelman, P.** 1981, “La transición clásica del feudalismo al capitalismo y la transformación agraria restringida bajo el capitalismo periférico”. Disponible en: <https://www.jstor.org/stable/3540019>. Fecha de acceso: 23 de julio de 2023.
- Vázquez Barquero, A.** 2007, “Teorías y políticas de desarrollo territorial”. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/289/28901109.pdf>. Fecha de acceso: 15 de julio de 2023.
- Zamora, J. G.,** López Pardo, G., Palomino Villavicencio, B., & Mathus Alonso, M. 2010 “La gestión comunitaria de recursos naturales y ecoturísticos en la Sierra Norte de Oaxaca. México. Disponible en: https://www.socioeco.org/bdf_fiche-document-2871_es.html#:~:text=A%20lo%20largo%20de%20tres,agua%20y%20los%20servicios%20ambientales. Fecha de acceso 14 de junio de 2023.

SEGUNDA PARTE

CAPÍTULO 4

PUEBLOS MÁGICOS, DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES, Y EMPLEO EN TURISMO: LA COMPLEJIDAD DE LA GESTIÓN TURÍSTICA

Éxitos y fracasos a 22 años del programa gubernamental “Pueblos Mágicos:” el caso de estudio de Michoacán de Ocampo, México

Georgina Jatzire Arévalo Pacheco¹

Resumen

El programa de pueblos mágicos en México inicio en el 2001 y persiste en la actualidad teniendo una periodicidad de 22 años con un total de 177 localidades que integran el programa hasta el 2023, múltiples investigaciones identifican diversos efectos en las localidades que han adoptado el programa. Así el objetivo es identificar éxitos y fracasos que presenta el programa en las localidades del Estado de Michoacán de Ocampo, México. El método implementado es la técnica FODA para elaborar un diagnóstico de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presenta el programa únicamente en Michoacán y derivado del Programa Pueblos Mágicos (PPM).

Entre los resultados destaca el éxito del PPM de Pátzcuaro como el mejor posicionado, que el resto de los pueblos mágicos (PM) que presentan un turismo de temporada. Mientras sus fracasos se orientan a la polarización de la riqueza, además del estancamiento de dos PM como es Jiquilpan y Cuitzeo que no han evolucionado a pesar de estar en el programa de gobierno. Se puede concluir que ingresar al Programa de los Pueblos Mágicos no es sinónimo de éxito o desarrollo, en cambio existe evidencia de estancamiento si la localidad no presenta una evolución turística sistémica activa, que va más allá de los apoyos del programa.

Conceptos clave: 1. turismo comunitario, 2. sostenibilidad, 3. redes, 4. gobernanza, 5. FODA.

Introducción

Los objetivos centrales del programa de gobierno llamando “Pueblos Mágicos” (PM) se dividen en: 1) organizar a la población en fines turísticos, 2) sistematizar la oferta turística basada en los atributos históricos-culturales, 3) generar productos turísticos tomando de base el pueblo, 4) revalorización de la cultura local (fiestas, comida, artesanías, etcétera), 5) fomentar el turismo de naturaleza o ecoturismo (Enríquez y Vargas, 2021). El inicio del PPM surge en el 2001 y hasta el 2023 cuenta con un total de 177 PM en todo el territorio mexicano.

Entre los estados con mayor número de PM destaca Estado de México con 12, seguido por Michoacán con diez PM hasta el 2023, pero ¿Qué éxitos o fracasos ha presentado los PM en Michoacán? así el objetivo central es responder que éxitos y fracasos se presentan en los PM por medio de un diagnóstico FODA. Así investigaciones como Fernández, (2016), Álvarez-Sousa, (2005), Velázquez-García y Labra, (2015), López, et al. (2017), Cornejo, et al (2018) señalan los efectos nocivos de los PM en las localidades, pero ¿todo será malo? Entonces

¹ Doctora en Ciencias de la Administración, Universidad Nacional Autónoma de México. arevalogeorgina80@gmail.com

Nota: el estudio contempla nueve pueblos mágicos de Michoacán los cuales son: Pátzcuaro, Tzintzuntzan, Tlalpujahua, Cuitzeo, Angangueo, Santa Clara del Cobre, Jiquilpan, Tacámbaro y Paracho. El caso de Cotija, quedo fuera del análisis FODA por su reciente anexión al Programa de los Pueblos Mágico a mediados del 2023.

porque el PPM ha durado 23 años en operaciones. Por lo tanto, se presenta la siguiente investigación para tratar de responder nuestra pregunta central.

Así el documento se divide en: 1) ¿En qué consiste el programa gubernamental de los Pueblos Mágicos (PM)?, 2) Reglas operativas del programa de los Pueblos Mágicos (PPM), 3) Desarrollo Local, 4) método, 5) Antecedentes los pueblos mágicos en México y Michoacán, 6) Pueblos Mágicos del Estado de Michoacán de Ocampo, México, 7) Atracciones y festividades turísticas de los pueblos mágicos de Michoacán, 8) Desarrollo local en los municipios que integran el programa de pueblos mágicos, 9) Diagnostico FODA de los Pueblos Mágicos de Michoacán, 10) Éxitos de los pueblos mágicos en Michoacán, 11) Fracasos de los pueblos mágicos en Michoacán, y 12) conclusiones.

¿En qué consiste el programa gubernamental de los Pueblos Mágicos (PM)?

El programa de gobierno Pueblos Mágicos surge en el año 2001, con el objetivo de elevar los niveles de bienestar de la población local, promoviendo el empleo, la sostenibilidad y atrayendo inversión pública y privada. Conjuntamente con la participación activa de los múltiples actores de las comunidades (Arévalo y Armas 2019). Así la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2016) define un PM como: *aquella localidad que cuenta con atributos únicos, de carácter simbólico como historias auténticas y hechos trascendentes que significan una oportunidad para el aprovechamiento turístico.*

En esta primera versión del programa el involucramiento de la sociedad y autoridades locales era parte fundamental para el funcionamiento y correcta gestión de los proyectos (Arévalo y Armas 2019). Por su parte Shaadi-Rodríguez, et al. (2017) enuncia que los PM son: *“Un pueblo que a través del tiempo y ante la modernidad, ha conservado, valorado y defendido, su herencia histórica, cultural y natural y la manifiesta en diversas expresiones a través de su patrimonio tangible e intangible. Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos únicos, simbólicos, historias auténticas, hechos trascendentes, cotidianidad, que significan una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico atendiendo a las motivaciones y necesidades de los viajeros”* (Shaadi-Rodríguez, et al. 2017:140).

Así los PM presentan un proyecto integral de aprovechamiento de recursos y atractivos naturales y culturales, donde se busca fortalecer su infraestructura, la calidad de los servicios, la innovación y el desarrollo de sus productos turísticos, el marketing y la tecnificación, enfatizando en consolidar la vocación productiva turística en los pueblos donde se obtiene en nombramiento de PM. Por lo tanto, el objetivo general del programa es *“Fomentar el desarrollo sustentable de las localidades poseedoras de atributos de singularidad, carácter y autenticidad a través de la puesta en valor de sus atractivos, representados por una marca de exclusividad y prestigio teniendo como referencia las motivaciones y necesidades del viajero actual”* (Shaadi-Rodríguez, et al. 2017: 140), (SECTUR, 2016).

Algunas de las actividades importantes dentro de la operación del programa son: 1) el desarrollo (diferenciación), diversificación e innovación de productos turísticos; 2) la atención a las recomendaciones aportadas por los Diagnósticos de Competitividad y Sustentabilidad de los Pueblos Mágicos; 3) el diseño de un proceso de reingeniería, donde se establecen criterios de incorporación y permanencia al PPM (Shaadi-Rodríguez, et al. 2017: 140).

La evolución del programa en 22 años ha tenido transformaciones dependiendo de cada sexenio presidencial, por lo cual, se presenta la siguiente tabla 1 con la evolución del programa.

Tabla 1. Evolución del programa PM por sexenio presidencial del gobierno mexicano

Sexenio presidencial	Evolución del programa de Pueblos Mágicos
Vicente Fox 2000-2006	Las primeras reglas de operación se orientan: 1. Involucrar a la sociedad de la localidad. 2. Instrumentos de planeamiento y regulación. 3. Desarrollo municipal. 4. Oferta de atractivos y servicios. 5. Gestión de proyectos singulares. 6. Mejoramiento de infraestructura. 7. Fomento de la vocación turística. 8. Desarrollo de las capacidades locales. Al final del sexenio se cuentan con 32 PM.
Felipe Calderón 2007- 2012	Se presentan inconsistencias en el programa, en cuanto a la gestión administrativa federal, estatal y municipal, cuestionándose desde diversos frentes su veracidad, a pesar de lo anterior se concluyen con 51 nuevos PM.
Enrique Peña 2008-2017	Se realizan ajustes y agregan elementos como la sustentabilidad, competitividad, tecnologías de la información y transversalidad. Hay cambios en las reglas operativas donde los PM deben contar con una gestión turística, mínima infraestructura turística y el tamaño base de la población, desaparecen. Así al finalizar el sexenio se incorporan 38 nuevos PM.
López Obrador 2018-2024	El programa se encuentra en “pausa presupuestaria”, dadas las prioridades del nuevo mandatario Federal, López Obrador (Enríquez y Vargas, 2021). El actual gobierno federal busca replantear la política pública estableciendo la Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos.

Fuente: elaboración propia con datos de Nuñez y Ettinger (2020).

Como se puede identificar en la tabla 1, los cambios presentes en el programa PM no han generado una disminución de las solicitudes y consolidación de más PM. Se pasa de 32 PM en el 2001 a 177 PM en el año 2023. Entre los beneficios presentes en el programa es la inversión pública que obtienen las comunidades, los apoyos en imagen e infraestructura, la coordinación que requieren los actores gubernamentales y empresariales para la consolidación de proyectos turísticos. Por lo tanto, las comunidades que ingresan a los PM deben tener una red articulada para la generación de sinergias que consoliden el turismo en la comunidad.

Reglas operativas del programa de los Pueblos Mágicos (PPM)

Desde su implementación, el PPM ha sufrido cambios consistentes para mejorar el programa entre los aspectos que persisten de 2001 a la fecha son los siguientes a consideración de los autores Millán y Cota (2021):

- El PM debe contar con un comité, asociación o grupo vinculado a la actividad turística.
- Las autoridades municipales y/o estatales solicitarán la incorporación de la localidad al PPM.
- La incorporación implica la gestión de proyectos turísticos con una duración de mínimo tres años.
- El PM debe colaborar de sus estructuras institucionales en el desarrollo de la operación del programa.
- Identificación de los atributos y valores histórico-culturales de la localidad.
- Identificación del espacio físico urbano con potencial turístico.
- Existencia de un Plan de Desarrollo Urbano Turístico, un Plan de Desarrollo Estatal y Municipal, un Reglamento de Imagen Urbana, un Plan de Manejo en función del PPM y el Programa de Reordenamiento del Comercio Semifijo y/o Ambulante.
- Contar con patrimonio natural o físico (monumentos históricos).
- También debía estar a solo una hora de servicios turísticos.

Hasta la última actualización (febrero 2023) por parte de la SECTUR se encuentran ya integradas 132 localidades, aunque a mediados de 2023 (julio) se anexaron 45 PM sumando los 177 la mayoría localizadas en el centro del país. La presente administración (2018-2024) ha realizado algunas modificaciones al PPM como, por ejemplo, ahora los pueblos tendrán que hacer la solicitud de presupuesto para proyectos específicos, siendo el gobierno estatal el que tenga que solicitarlo directamente a la federación (Arévalo y Armas, 2019), (Millán y Cota, 2021).

Desarrollo local (DL)

El desarrollo local tiene sus orígenes en la década de 1940 dirigido por la UNESCO, y su implementación se deriva a zonas marginadas de Francia en 1965 (Arévalo y Armas, 2019). Entre los principales autores del DL destaca Arocena (2013) quien vincula lo local con lo global, así el desarrollo puede ser analizado tomando en consideración la sociedad global en la que está inserto el territorio (Arévalo y Armas, 2019). Así el territorio es concebido como un agente de transformación social o como un ente socialmente organizado con rasgos sociales, culturales e históricos propias (Albuquerque, 2004: 22).

Por su parte, Vázquez-Barquero (1988) define el desarrollo local *“como un proceso de crecimiento económico y cambio estructural que conduce a una mejora del nivel de vida de la población local y en el cual pueden distinguirse varias dimensiones...económica, formación de*

recursos humanos, sociocultural, político administrativa y ambiental” (Vázquez Barquero, 1988).

Así el DL contempla el bienestar de la población y sus elementos que integran el territorio considerando la relación local-global dadas las circunstancias que los territorios no son entes aislados y presentan comunicación interna-externa al territorio. Además, las relaciones intergubernamentales (municipal, estatal y federal) logran estrategias de desarrollo, con una articulación con los actores del territorio en diversos ámbitos como el económico, ambiental, cultural, etc. Sobresaliendo los elementos sistémicos del DL, ahora uno de los actores centrales es el actor gubernamental dentro del programa de los PM ya que configurar el marco normativo y económico para las actividades turísticas, contribuye en materia de infraestructura, educación, consolida interrelaciones población- empresas-gobierno, además de asumir un papel activo en la promoción y marketing de los destinos turísticos (Arévalo y Armas, 2019).

Por su parte, Boisier (2001), contempla cuatro dimensiones en el DL: 1) político, 2) económico, 3) científico y tecnológico, y 4) cultural. Por otra parte, Vidales y Gonzáles (2007) destacan seis dimensiones, estas son: social, ambiental, política, económica, cultural y espiritual (Vázquez-Hernández, 2022).

Así considerando el PPM y el DL se vinculan para fortalecer las interacciones territoriales de los actores ante la actividad turística. Considerando que la visión integral del programa implica un desarrollo sostenible por medio del turismo con efectos positivos en el territorio y sus actores.

Método

Los pueblos mágicos en Michoacán han ingresado al programa en diferentes años, por lo tanto, se identifica un estudio con alcance exploratorio y descriptivo.

- La investigación exploratoria: es considerada como el primer acercamiento científico a un problema. Se aborda para especificar la situación que se presenta en el Estado de Michoacán.
- La investigación descriptiva: se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales.

Ahora para el desarrollo del diagnóstico se implementa el uso del FODA, la cual implica en un primer momento un nivel interno con sus respectivas fortalezas y debilidades, en una segunda instancia se analiza el nivel externo que lo integran las oportunidades y amenazas vinculados al programa gubernamental de los pueblos mágicos de Michoacán por medio de revisión bibliografía.

Antecedentes los pueblos mágicos en México y Michoacán

Los resultados de la Cuenta Satélite de Turismo en México 2021 muestran que el PIBT tuvo un incremento del 14.9% respecto al año anterior (INEGI, 2023). En la figura 1 se muestra el porcentaje de participación del PIBT por países en el 2021.

Figura 1. Porcentaje de participación del PIBT en el total nacional para países seleccionados 2021



Fuente: INEGI, 2023.

Es importante mencionar que la actividad turística viene de una desaceleración ante la pandemia del COVID-19, razón por la cual, los impactos en el sector ven repuntes importantes en materia de turismo. En México solo en el 2021 el turismo generó 2.2 millones de puestos de trabajo que representa el 5.7% del total del país (INEGI, 2023). Respecto al PIBT del 2021, México alcanzó un monto de 1 805 328 millones de pesos, lo que significó una participación de 7.5 % respecto al PIB nacional. Esta participación fue mayor a la de 2020 (6.8 %).

Figura 2. Producto interno bruto del sector turístico (participación porcentual anual)

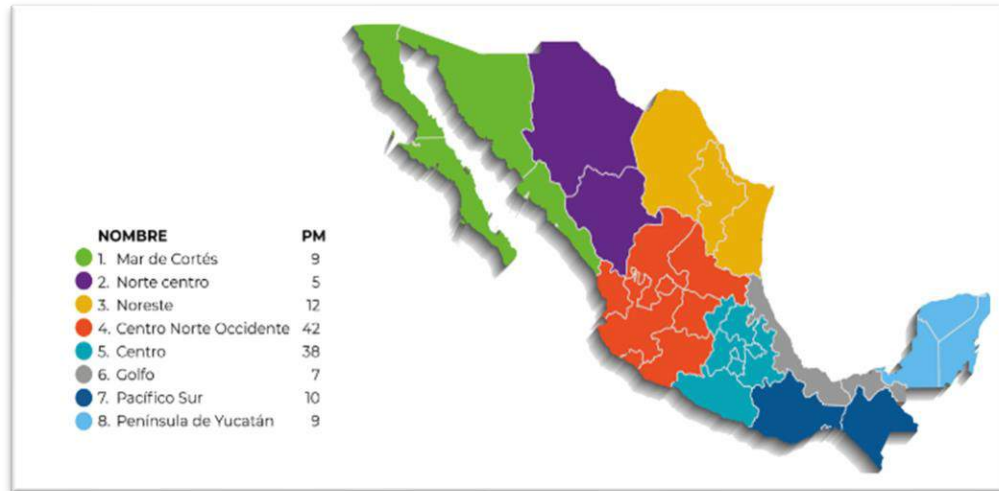


Fuente: INEGI, 2023.

El PIBT se integró de la siguiente manera: los servicios de alojamiento representaron 32.8% del valor total a precios corrientes; transporte de pasajeros contribuyeron con el 16.3%; los restaurantes, bares y centros nocturnos con 14.1%; la producción de artesanías y otros bienes 11.5%; el comercio turístico 7.9%; los servicios culturales 0.9%; así como los servicios deportivos y recreativos un 0.8%; las agencias de viajes y otros servicios de reserva con 0.4%, y el resto de los servicios aportaron el 15.3% del total (INEGI, 2023).

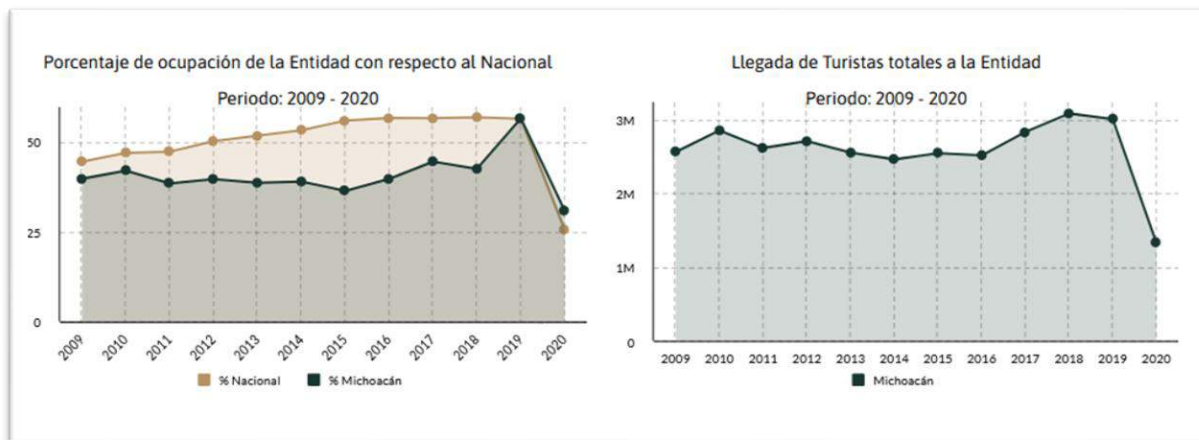
Entre los proyectos considerados por el gobierno mexicano aparte del PPM se encuentra los siguientes: 1) sonrisas por México, 2) disfruta México, 3) tren maya, 4) modelo de regionalización turística de México, 5) productos turísticos ancla, 6) operación toca puertas, 7) reencuentro con mis raíces, 8) consejo de diplomacia turística, 9) México renace sostenible y 8) proyecto integral de desarrollo turístico de la huasteca potosina. Enfatizando en el PPM, se muestra la figura 3 donde la concentración se ubica en el centro del país.

Figura 3. Mapa de los pueblos mágicos por región de México



Fuente: DATATUR, 2021.

Figura 4. Porcentaje de ocupación y llegada de turistas al estado de Michoacán 2009-2020



Fuente: DATATUR, 2023.

En lo que respecta a los PM de Michoacán se presenta en el estado una llegada de turistas al alza para el 2021, ya que en el 2020 tuvo una caída sin precedentes debido a la pandemia del COVID-19 (DATATUR, 2023). En la Cuenta Satélite de Turismo en México 2021 se muestra el número de cuartos y la densidad total en el Estado de Michoacán en el cual se ve una mayor densidad en la categoría de 3 estrellas respecto al resto, aunque la densidad del resto de categorías de varia poco (ver tabla 2).

Tabla 2. Número de cuartos y densidad total en el Estado de Michoacán

Categoría	Cuartos Ocupados Total	Turistas Noche Total	Turistas Noche Nacionales	Turistas Noche Extranjeros	Densidad Total
1 estrella	5,488,491	10,500,902	10,086,855	414,047	1.9
2 estrellas	10,410,999	19,990,254	19,712,660	277,595	1.9
3 estrellas	12,861,011	25,394,926	24,366,523	1,028,402	2.0
4 estrellas	20,472,085	34,957,496	33,001,623	1,955,873	1.7
5 estrellas	4,655,491	8,073,026	7,314,971	758,055	1.7
Total	53,888,078	98,916,604	94,482,632	4,433,972	1.8

Fuente: DATATUR, 2023.

Pueblos Mágicos del Estado de Michoacán de Ocampo, México

El área de estudio comprende al Estado de Michoacán ubicado en la región oeste del país, limitando al norte con Jalisco y Guanajuato, al noreste con Querétaro, al este con el Estado de México, al suroeste con Colima y al sur con el río Balsas que lo separa de Guerrero, y al oeste con el océano Pacífico.

Figura 5. Mapa de Michoacán de Ocampo y sus diez pueblos mágicos



Fuente: elaboración propia.

Michoacán es una de las entidades de mayor incidencia del PM, al contar con diez localidades con el nombramiento: Pátzcuaro, Tzintzuntzan, Tlalpujahua, Cuitzeo, Angangueo, Santa Clara del Cobre, Jiquilpan, Tacámbaro, Paracho y el último en anexarse a la lista es Cotija a mediados del 2023. Entre los pueblos que han recibido apoyos económicos externos al programa de PM es Pátzcuaro, Cuitzeo y Tlalpujahua por la interacción turística previo al ingreso al programa. Mientras Tzintzuntzan y Salvador Escalante (Santa Clara del Cobre) reciben inversión por formar parte de la “Ruta Don Vasco” (Arévalo y Armas, 2019).

Atracciones y festividades turísticas de los Pueblos Mágicos de Michoacán

- 1) Pátzcuaro su año de nombramiento fue 2002, cuenta con las siguientes atracciones: antiguo colegio de San Nicolás, casa de los Once Patios, plaza Vasco de Quiroga, templo del Sagrario, Basílica de la Virgen de la Salud, templo y Hospital de San Juan de Dios, la Plaza de San Francisco, palacio de Huitziméngari y la biblioteca Pública Gertrudis Bocanegra y del Teatro Emperador Caltzontzin. Las festividades más representativas son el día de Muertos, del 1 al 2 de noviembre, el día de la Virgen de la Salud, del 7 al 8 de diciembre, y el aniversario de la Fundación de la Ciudad, se celebra el 28 de septiembre.
- 2) Tlalpujahua de Rayón su nombramiento fue 2005 con los siguientes atractivos turísticos: santuario de Nuestra Señora del Carmen, museo Hermanos López Rayón, torre del Carmen, mina Las Dos Estrellas, iglesia de Santiago Puxtla. Las festividades más representativas son: la Virgen del Carmen, se celebra el 16 de julio y todas las comunidades de Tlalpujahua peregrinan hacia el Santuario del Carmen, la feria de la Esfera, se lleva a cabo de octubre y diciembre, con exposición de esferas, árboles y otros ornamentos, alusivos a la navidad, el Feratum Film Fest, a inicios de octubre se lleva a cabo este festival internacional dedicado al cine fantástico, de terror y de ciencia ficción y las fiestas del Campo del Gallo, se celebra el 13 de noviembre y se realiza un acto cívico que reúne a toda la comunidad.
- 3) Cuitzeo del Porvenir su nombramiento fue en 2006 y presenta los siguientes atractivos turísticos: templo de Guadalupe, el lago de Cuitzeo, el conjunto Conventual de Santa María Magdalena, el templo del Hospital Franciscano, el santuario de Nuestra Señora de Guadalupe, la zona arqueológica de Tres Cerritos, la zona termal de Huandacareo. Entre las festividades de la localidad son: fiesta de la Virgen de la Concepción, se celebra del 19 al 21 de febrero, fiesta Patronal de Santa María Magdalena, se celebra cada 22 de julio, y la incorporación de la Cultura Hispana, se celebra del 31 de octubre al 2 de noviembre.
- 4) Santa Clara del Cobre su nombramiento fue en 2010 y sus atracciones son: el museo Nacional del Cobre, la plaza Principal, el templo de Nuestra Señora del Sagrario, el templo de la Inmaculada Concepción, la capilla de la Huatápera, la feria Nacional del Cobre, se celebra del 2 al 17 de agosto, la cual coincide con la festividad religiosa, la fiesta de Santa Clara de Asís, se celebra los días 11 y 12 de agosto y la fiesta de Nuestra Señora del Sagrario, se celebra el 15 de agosto.
- 5) Mineral de Angangueo recibe en 2012 su nombramiento de PM y tiene las siguientes atracciones turísticas: la reserva de la Biosfera Mariposa Monarca, el santuario el Rosario, el templo de la Inmaculada Concepción, la parroquia de San Simón Celador, la Casa Parker, y el túnel turístico San Simón. La localidad tiene el festival de la Mariposa Monarca, se realiza entre febrero y marzo, el 3 de mayo se celebra a la Santa Cruz, la fiesta Patronal de San Simón, se celebra el 28 de octubre y la fiesta de la Inmaculada Concepción, se celebra el 8 de diciembre.
- 6) Jiquilpan en el 2012 obtiene su nombramiento y tiene las siguientes atracciones: templo del Sagrado Corazón, el santuario de Nuestra Señora de Guadalupe, el templo de la Virgen de los Remedios, la casa de Piedra. Entre las festividades que tiene son: la feria de la Expropiación Petrolera, se celebra el 18 de marzo, la fiesta en honor a San Cayetano el 7 de Abril, la fiesta de San Francisco de Asís el 4 de octubre, el día de los Faroles el 11 de

diciembre y el 25 de diciembre al 2 de febrero se realiza el Paseo del Niño Dios con la danza de los negros.

- 7) Tacámbaro en 2012 recibe su nombramiento y presenta las siguientes atracciones: el santuario de Nuestra Señora de Fátima, el templo del Hospital, la plaza de Armas, el centro Cultural Amalia Solórzano, y la capilla de Santa María Magdalena. Entre sus celebraciones es la Batalla Tacámbaro se festeja en abril, así como el festival tradicional de música "Son de las Laderas", la fiesta de San Jerónimo y la fiesta de las vírgenes Refugiadas.
- 8) Tzintzuntzan recibe su nombramiento en 2012 y presenta los siguientes atractivos: la zona Arqueológica Las Yácatas, el templo de San Francisco, el templo de la Soledad, y la isla de la Pacanda. Entre sus celebraciones destaca: la fiesta del Señor del Rescate, los bailes populares y fiesta, tal como comenzó a hacerlo Tata Vasco de Quiroga hace más de 400 años, y el día de Muertos.
- 9) Paracho recibe su nombramiento en el 2020 entre sus atracciones destaca: los talleres de Laudería (instrumentos de cuerda como guitarras, violines, entre otros), los paseos ecoturísticos, la casa de la Cultura, el templo de San Jerónimo Arantza, el templo de Santiago Apóstol de Nurio (Arte Novohispano Purépecha) y la gastronomía purépecha: churipo, corundas, atole de grano, atapakua, carnitas estilo Michoacán. Entre sus festividades cuenta con la feria Internacional de la Guitarra, la feria Nacional de la Guitarra, el festival internacional globos de Cantoya y la procesión a Paracho Viejo.
- 10) Cotija recibe su nombramiento a mediados del 2023 entre sus atracciones destacan: la Laguna de San Juanico, el Cerrito Calabazo, La Sierra, El Museo de Cotija, el Centro Cultural Santa María de la Montaña, El Barrio, el Panteón La Paz, Centro Histórico, la Casa de San Rafael Guízar Valencia y la Antigua Cárcel. Además, destaca por su famoso queso Cotija y gastronomía del lugar como son las carnitas, cremas, panelas, jocoque, tostadas, longaniza, chongos y dulces de leche.

Desarrollo Local en los municipios que integran el Programa de Pueblos Mágicos

Si bien, el desarrollo local presenta una interacción local-global con los actores del territorio, cuando se vincula con el programa de los pueblos mágicos su análisis es integral, por tal razón, el enfoque sistémico del mismo permite comprender la localidad o región como un sistema dinámico ante el constante cambio de sus actores y la actividad turística (Vázquez-Hernández, 2022).

Uno de los actores centrales en el territorio de los PM es el aparato institucional con que cuenta, ya que radica la formalidad de las acciones encaminadas en la actividad turística. Además, debe dar pauta para la existencia de un núcleo endógeno, donde surjan y formalicen proyectos productivos propios. Así la interacción de la población en general implica acciones sistémicas y dinámicas, por un lado, está el actor gubernamental por normativa, presupuesto, etc. Seguido del núcleo empresarial integrado por múltiples empresarios de diferentes rublos, y finalmente el actor social que implica a la sociedad en general que está integrada en un proceso cultural determinado y en un ambiente específico. Además, la actividad turística implica una interacción sistémica de los múltiples actores en el territorio para su buen funcionamiento en el largo plazo.

Ahora los pueblos mágicos al reconocer los recursos y capacidades presentes en un territorio y su población, los actores toman relevancia, pero ¿Qué son los actores locales? bueno se debe entender como *“Los actores locales son todos aquellos agentes que en el campo político, económico, social y cultural son portadores que tienden a capitalizar mejor las potencialidades locales”* (Arocena,2013), (Vázquez-Hernández, 2022).

Así los actores del pueblo mágico al estar integrados por múltiples actividades vinculantes directa o indirectamente con el turismo construyen la planeación del turismo en el territorio. Las acciones enmarcadas por los múltiples actores construyen la participación vinculante por medio del turismo, encaminado en la búsqueda del bienestar de la población.

En esta visión sistémica del desarrollo local y el turismo que se presenta en el programa de los pueblos mágicos, el autor Vázquez-Barquero (1988), identifica tres dimensiones: 1) el económico que integra al sistema de producción, 2) sociocultural que considera las relaciones económicas y sociales, y 3) político-administrativa, en que las iniciativas locales crean un entorno local favorable (Vázquez-Hernández, 2022).

Diagnóstico FODA de los Pueblos Mágicos de Michoacán

En términos generales se presenta la siguiente tabla del FODA considerando los pueblos mágicos del Estado de Michoacán.

Tabla 3. Diagnostico FODA de los PPM del Estado de Michoacán

Ambiente interno	
Fortalezas	Debilidades
• Interés local por el turismo • Atractivos turísticos • Proyectos de turismo alternativo • Integración de redes sociales • Promoción del lugar • Infraestructura tradicional • Cultura indígena arraigada en la zona • Política turística	• No todos los PM tienen vocación turística • No todos los PM presentan infraestructura turística • Imagen del lugar no presenta fortalezas turísticas • Inseguridad del Estado • Organización social polariza recursos económicos • Desigualdad • Capacitación es heterogénea • Migración • Inversión en infraestructura que integre lo local y global • Nula revalorización cultural • Turismo por temporadas • Concentración de los bienes y servicios • Sinergias locales no formalizadas
Ambiente externo	
Oportunidades	Amenazas
• Programa de los PM a nivel nacional • Inversiones públicas orientadas a la imagen del lugar • Mejorar la capacitación de recursos humanos • Estrategia nacional orientada al turismo • Marketing de los PM • Integración de nuevos PM • Posicionamiento internacional del turismo	• Inseguridad a nivel nacional • Tención entre actores • Insostenibilidad económica en proyectos • Poca visibilidad de los recursos en el largo plazo • Sensibilidad en la actividad turística • Cambios en la vocación productiva • Costos no competitivos • Ausencia de planes de ordenamiento territorial • Polaridad de recursos económicos que genera poco beneficio a la sociedad

Fuente: elaborado a partir de investigación propia.

De los PM de Michoacán Pátzcuaro, Tzintzuntzan, Talpujahuá, Cuitzeo, Angangueo, Santa Clara del Cobre, Jiquilpan, Tacámbaro y Paracho. Únicamente Pátzcuaro denota por su fuerte vocación turística con la fiesta del “día de los muertos o día de las ánimas” se ha consolidado como un PM en el Estado. Aunque la zona cuenta con una llegada de visitas únicamente en el mes de semana santa, vacaciones de verano, fecha del día de muertos y vacaciones de invierno. Además de contar con atractivos turísticos que han logrado posicionar en el mercado, lo cual ha sido una acción de varios años con inversiones y participación activa de la población de la zona. Con turismo de aventura, cultural, religioso y ecoturismo. Además, por la cercanía a Morelia, la llegada de visitantes durante todo el año es continua.

En lo que respecta al PM de Tzintzuntzan su principal actividad implica infraestructura prehispánica y colonial con un turismo cultural en la zona. En lo que respecta con Talpujahuá su principal temporada son las vacaciones de invierno por la producción de esferas que se exportan a todo el país y al extranjero. Se presenta un ecoturismo en la zona, turismo cultural y de aventura.

El PM de Angangueo presenta principalmente turismo de aventura y ecoturismo, además se ubica cerca de la biosfera de la mariposa monarca. Mientras el PM de Paracho por su cercanía a Uruapan también es un pueblo de paso en la visita de la región, el principal turismo es el religioso y cultural.

Los PM de Santa Clara del Cobre, Cuitzeo, Jiquilpan, Tacámbaro presentan turismo cultural y religioso. Aunque comparándolos con los anteriores PM son los menos presentes en actividades, atractivos y su vocación turística es menor.

Éxitos de los pueblos mágicos en Michoacán

El Banco Interamericano de Desarrollo considero al programa PM como uno de los más importantes para generar crecimiento en el mercado turístico interno. Así a continuación, se enlistan de manera desagregada los éxitos que se han presentado en los pueblos mágicos del Estado de Michoacán.

Tabla 4. Éxitos presentes en los pueblos mágicos de Michoacán

Dimensiones del desarrollo local	Acciones del programa de pueblos mágicos
Económico	▪ Consolidado la actividad turística. ▪ Identidad local a integrado al turismo como parte de ellos. ▪ Fomenta el crecimiento económico. ▪ Fomenta el desarrollo de comunidades y productores locales. ▪ Integrando en la cadena de valor del sector productos locales. ▪ Reducir la brecha de la desigualdad.
Sociocultural	▪ Se ha rescatado la cultura, historia y cotidianidad social de la localidad. ▪ Conservación del patrimonio. ▪ Involucramiento de las comunidades en acciones turísticas. ▪ Consolidación de las políticas de desarrollo. ▪ Participación local activa.

	▪ Consolido la oferta de productos de tipo religioso, naturales, gastronómicos, arquitectónicos, fiestas y tradiciones, artesanías, entre otros aspectos. ▪ Revalorización del territorio local. ▪ Integración de la cultura y tradiciones de la población hacia la vocación productiva turística.
Institucional-administrativo	▪ Políticas públicas turísticas. ▪ Política de promoción a la actividad turística en pequeñas localidades, ha sido el denominado Programa Pueblos Mágicos de México. ▪ Evaluación del programa para su consolidación. ▪ Promueve la integración de los actores institucionales hacia la actividad turística.
Ambiental	▪ Los comités de los pueblos mágicos deben presentar proyectos que orienten a la sustentabilidad del turismo. ▪ Promueve la integración del turismo alternativo. ▪ Considera el impacto del turismo en el entorno natural en casos donde existan bosques, lagos, montañas, etc.
Tecnológico	▪ Uso de tecnología para fines turísticos. ▪ Nuevas estrategias de negocio con base al uso de la tecnología. ▪ Marketing digital.

Fuente: elaborado a partir de investigación propia.

En términos generales los PM han promovido el crecimiento y desarrollo de las localidades participantes, con casos como el estado de Puebla que ha aumentado su derrama económica en 1,300% e incrementado notablemente el número de visitantes. Otro caso de éxito es el de Real de Catorce que en 11 años incrementó su número de visitantes en 300%, en 670% la derrama económica y 400% la oferta de hospedaje (Millán y Cota, 2021). También, el caso de Tequila, Jalisco, pueblo que integra un programa especial de PM con orientación hacia el turismo inteligente y busca consolidarse para el 2040.

Así cuando un pueblo recibe su nombramiento de PM se entiende que por lo apoyos que recibirá tendrá un desarrollo económico, una infraestructura, los servicios, la generación de empleos, la creación de pequeñas y medianas empresas, la disminución de la migración de la población, la preservación y valoración de la naturaleza, y promueve la gobernanza del turismo. Lo cual sucede en algunos casos por la sinergia y articulación de actores dinámicos en los PM.

En general se puede identificar que de los PM del Estado de Michoacán el posicionado es Pátzcuaro y en menor medida Tzintzuntzan, Tlalpujahua, Angangueo, Santa Clara del Cobre, Tacámbaro, Paracho. Mientras Cuitzeo y Jiquilpan se mantienen estancados en su desarrollo turístico. La principal razón del éxito de Pátzcuaro en comparación al resto es su trabajo previo al ingreso del PPM, así su vocación turística y cercanía con Morelia genera que las personas puedan visitar el PM y la capital del Estado. Además, de los productos turísticos consolidados en el tiempo que presenta.

Mientras Tzintzuntzan, Tlalpujahua, Angangueo, Santa Clara del Cobre, Tacámbaro, Paracho, presentan una serie de proyectos encaminados al ecoturismo con actividades

especializadas en cada una de ellas, que denotan una singularidad en comparación al resto. En contraste con Cuitzeo y Jiquilpan que a pesar de contar con recursos y proyectos no han logrado potencializar su turismo estando estancados.

Fracasos de los pueblos mágicos en Michoacán

El programa de los PM puede ser variante dadas las circunstancias que el programa intenta unificar reglas operativas claras, pero las condiciones locales pueden presentar grandes diferencias entre las localidades. Por tal razón, se presenta la siguiente tabla con la identificación de fracasos que aun el PM no logra integrar para la homogenización de aspectos entre las localidades.

Tabla 5. Fracasos presentes en los pueblos mágicos de Michoacán

Dimensiones del desarrollo local	Acciones del programa de pueblos mágicos
Económico	▪ Cambios en los patrones de las vocaciones turísticas, dejando de lado otras actividades por el turismo. ▪ Polarización de los recursos económicos derivados de los ingresos al PPM. ▪ Polarización de oportunidades y beneficiarios en los PM dependiendo de ser empresario con capital o microempresario. ▪ Los objetivos de desarrollo sostenible orientados en las poblaciones pueden variar en su integración en proyectos y programas. ▪ En algunos casos se observa desigualdad y vulnerabilidad en las localidades incorporadas dadas las circunstancias que las oportunidades no son igualitarias. ▪ Cuando la localidad no tiene vocación productiva turística, su integración a los PM no alienta a la actividad económica, por ende, se presenta: bajo nivel de creación de empleos, bajo nivel en la creación de Infraestructura, servicios e imagen urbana, bajo nivel en la creación, mejoramiento y rehabilitación de sitios de interés turístico, bajo nivel en la creación, desarrollo e innovación de productos turísticos, limitados recurso de capacitación a los agentes turísticos, entre otros (Vázquez, 2022). ▪ La obtención de certificaciones es cara, por lo tanto, son pocas las certificaciones que obtienen. ▪ No existe un programa que integra a los vendedores ambulantes a la economía formal. ▪ Existe una crítica hacia el programa que se orienta al turista y no a la población de la localidad, ni al desarrollo sustentable que debería integrar el PM (Guillen, 2021). ▪ La idea del progreso visto de manera unidimensional tiene efectos desbastadores en poblaciones que por sus características físicas y sociales difícilmente pueden asimilar el flujo de visitantes (Equihua, et al. 2015).
	▪ Desvinculación entre los actores del turismo y los residentes. ▪ Los indígenas se transforman en sujetos dóciles y así reordenar los espacios públicos.

Sociocultural	▪ Deficiencias en la participación ciudadana dependiendo de la sinergia de la población. ▪ La desigualdad depende de la madurez de la actividad turística en la zona conjuntamente con redes sociales fuertes. ▪ Algunos PM no tienen insuficiente infraestructura turística. ▪ La calidad es cuestionable de los servicios. ▪ Existe una transformación del estilo de vida, cambios en las actividades económicas y sociales. ▪ El programa ha generado impactos negativos en las localidades como aceleración de cambios sociales y actividades económicas. ▪ Amenazas al patrimonio cultural.
Institucional-administrativo	▪ Se identifican cuatro grupos de actores, los turistas, la población local, prestadores de servicios, gobierno, cada uno de ellos con diferentes visiones e incidencia en el turismo (Arévalo y Armas, 2019). ▪ Pese a ser uno de los programas de mayor relevancia del gobierno federal, solo se han efectuado tres evaluaciones por la normativa (Vázquez, 2022). ▪ la ausencia de criterios que garanticen la composición ciudadana de los Comités de PM, que constituye en teoría una de las figuras fundamentales de participación ciudadana del PPM en los entornos locales (Guillen, 2021). ▪ Los intereses de la administración pública son proporcionales al éxito que pueden obtener de la sociedad, y no a la intención de mejorar la calidad de vida.
Ambiental	▪ La transformación del territorio para consumo turístico tiene sus consecuencias en el ambiente (Arévalo y Armas, 2019). ▪ La transformación en su imagen urbana sin una proyección del daño causado a la comunidad a partir de dichos montajes (Equihua, et al. 2015). ▪ Uno de los puntos más débiles en el programa es el aspecto ambiental, ya que se aborda de manera superficial. ▪ No incluye un requerimiento ambiental estricto o bien una evaluación de impacto ambiental (Equihua, et al. 2015). ▪ No da prioridad a la preservación del paisaje del pueblo producto de años de organización propia.
Tecnológico	▪ Orienta al uso de la tecnología para fines turísticos. ▪ Las bases del uso de herramientas tecnológicas para la vida cotidiana en ocasiones son fáciles, pero para las soledades sin una capacitación constante puede ser complicado. ▪ La seguridad digital es algo que desconocen, en ocasiones los niveles de manejo de softwares o programas vinculados al turismo son pocos.

Fuente: elaborado a partir de investigación propia.

Así los PM pueden tener una base sociocultural, económica y gubernamental que presenten diversos matices heterogéneos en las acciones que presentan. Por lo tanto, la integración en sinergias sociales, gobernanza e integración de los actores en el territorio son necesarios para mitigar efectos adversos que pueda generar la actividad turística en entornos rurales. En el caso de Michoacán la dinámica demográfica ha registrado un descenso de la

población de los PM, debido a la migración de la población hacia los Estados Unidos (Enríquez y Vargas, 2021).

La evolución turística de los PPM en Michoacán es diversa y contrastante no todos están en el mismo nivel, y su desarrollo es lento. En general saber que se cuenta con diez PM implicaría un potencial turístico, pero no logra consolidarse en la mayoría de los PM de Michoacán. En especial en Cuitzeo y Jiquilpan la actividad turística presente no ha cambiado en el tiempo, presenta poca evolución. Mientras Pátzcuaro denota más dinámica turística que el resto.

Reflexiones finales

La importancia del sector turístico en la economía nacional se mantiene y en el 2021 con la pandemia incluso se incrementó y México paso al tercer puesto del ranking mundial de países más visitados, lo anterior sucedió por el cierre de otras potencias turísticas, caso que México no hizo. Si bien, el crecimiento del sector ha posicionado destinos de sol y playa, la importancia de colocar otros destinos en el ámbito competitivo se trabajado de manera constante. Así el PPM se ha posicionado como uno de los más antiguos con éxito considerable en algunas localidades como Tequila o Real de Catorce, razón por la cual, múltiples localidades al ver los beneficios económicos que presenta ser parte del PPM se integran, pero los resultados pueden ser variados.

Entre las principales conclusiones es que el éxito del PM en Michoacán se debe principalmente a la madurez de la vocación productiva turística desde antes de ingresar al PPM. Así un trabajo previo en turismo por parte de la comunidad brinda un tejido y sinergias turísticas que potencian al turismo una vez que ingresan al PPM. Aunque si el PM antes no tuvo una experiencia consistente en la actividad turística, no implica que sea un fracaso, pero el camino a recorrer es lento. Aunque también existe el caso de PM con experiencia o sin experiencia previa que ingresan, pero no desenvuelven exitosamente estrategias que posicionen a la localidad en el mapa de lugares turísticos consolidados. La razón principal es la falta de una visión integral del turismo, poca sinergia entre los actores y una red débil.

Como se demuestra en la revisión teórica del DL los actores son centrales en el desenvolvimiento de las localidades, y en el turismo la visión de un DL sistémico es central, los requerimientos para desarrollar la actividad turística implican una serie de bienes y servicios en el territorio que hacen posible su desarrollo y consolidación en el tiempo. En el caso opuesto de contar de ciertos recursos turísticos solo hará que el sitio sea un lugar de visita de paso.

Otro elemento por considerar dentro de los PPM es que los apoyos e inversiones en ocasiones se focalizan en los centros históricos de las localidades y en la publicidad del lugar. Además, para ingresar deben contar con una organización gubernamental y empresarial previamente definida, que en ocasiones cambia e integra a más actores de diferentes escalas. Por lo tanto, Nuñez y Ettinger, (2020) en sus estudios identifican que los PM no han evolucionado de manera homogénea, y en ocasiones existe un estancamiento en su evolución turística. Por lo cual, se puede concluir que ingresar al PPM no es sinónimo de éxito o desarrollo de manera inmediata o a largo plazo, los factores de éxito dependen de otros elementos sistémicos en el lugar.

Referencias

- Álvarez-Sousa, J.** (2005). “La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos teórico-metodológicos” en *Política y sociedad*, vol. 42, n°1, 57-84.
- Arévalo, J. y Armas, E.** (2019). *Pueblos mágicos: implicaciones para del desarrollo local*. In: Impactos ambientales, gestión de recursos naturales y turismo en el desarrollo regional. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C, Coeditores, Ciudad de México. ISBN UNAM Volumen II: 978-607-30-2641-3 ISBN UNAM Obra completa: 978-607-30-2621-5 ISBN AMECIDER Volumen II: 978-607-8632-10-7 ISBN AMECIDER Obra completa: 978-607-8632-06-0. Pp. 633-650.
- Arocena, J.** (2013) “El desarrollo local, una aproximación conceptual”, [En línea], + E, 1(3. Ene-Nov), 6-13. Disponible en <http://www.bibliotecavirtual.unl.edu.ar/ojs/index.php/Extension/article/download/466/563> Fecha de acceso 05/04/2017].
- Alburquerque, F.** (2004). *El enfoque del desarrollo económico local*. Organización Internacional del Trabajo.
- Boisier, S.** (2001). *Crecimiento y desarrollo territorial endógeno: observaciones al caso chileno*. Documento para el Seminario “Desarrollo Endógeno en territorios excluidos”. Temuco, Chile: Universidad Católica de Chile.
- Cornejo, J., Andrade, E., Chávez-Agostino, R. y Espinoza, R.** (2018). Percepción de la población local sobre los impactos del turismo en el Pueblo Mágico de Tapalpa, Jalisco, México. PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 16(3), 745-754. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.053>
- DATATUR,** 2023. Compendio estadístico. https://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF/ITxEF_MICH.aspx
- DATATUR,** 2021. Primes estudio económico de pueblos mágicos <https://www.datatur.sectur.gob.mx/PueblosMagicos/pminicio.aspx>
- Enríquez, J. y Vargas, R.** (2021). El estudio de los Pueblos Mágicos. Una revisión a casi 20 años de la implementación del programa. *Revista Dimensiones Turísticas*. Vol. 5, Núm. 8. Pp. 9-38
- Equihua, G; Messina, S; Ramírez-Silva, J.** (2015). Los Pueblos Mágicos: una visión crítica sobre su impacto en el desarrollo sustentable del turismo. *Revista Fuente nueva época* Año 6, No. 22. Pp. 1-7.
- Fernández Poncela, A.** (2016). Una revisión del programa pueblos mágicos. *Revista cultur*. Año 10. Núm. 1. Pp. 3-24.
- Guillen, M.** (2021). El Programa Pueblos Mágicos y algunos de sus efectos locales. *Revista Dimensiones Turísticas*. Vol. 5, Núm. 8. Pp. 131-141
- INEGI,** 2023. Comunicado de Prensa INEGI. Cuenta Satélite del Turismo de México 2021. <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ProductoDestacado3.aspx>

- Núñez, G. y Ettinger, C.** (2020). La transformación de un territorio cultural el desarrollo de los pueblos mágicos en México: Pátzcuaro como caso de estudio. *Revista Urbano*. Núm. 41. DOI: <https://doi.org/10.22320/07183607.2020.23.41.03>. Pp. 40 – 57.
- Millán, E. y Cota, E.** (2021). Pueblos Mágicos: pobreza y desigualdad. *Revista Dimensiones Turísticas*. Vol. 5, Núm. 8. Pp. 63-86.
- López, L., Valverde, C. y Figueroa, M.** (Coords.). (2017). *Pueblos Mágicos. Una visión interdisciplinaria* (Vol. 3). Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco y Universidad Nacional Autónoma de México.
- Shaadi-Rodríguez, R; Pulido-Fernández, J; Rodríguez-Herrera, I.** (2017). El producto turístico en los Pueblos Mágicos de México. Un análisis crítico de sus componentes. *Revista de Estudios Regionales*, núm. 108, 2017, pp. 125-163.
- SECTUR,** (2016). Programa Pueblos Mágicos. Disponible en web: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-pueblos-magicos>
- Vázquez, M.** (2022). Evaluación de Desempeño del Programa Pueblos Mágicos en el Estado de Michoacán, México. *Revista Estudios de Políticas Públicas*, 8(1). DOI: <http://dx.doi.org/10.5354/0719-6296.2022.66676>. Pp. 90-113.
- Vázquez Barquero, A.** (1988) *Desarrollo local. Una estrategia de creación de empleo*. Madrid. Pirámide.
- Vázquez-Hernández, Manuel.** (2022). Percepción social del programa pueblos mágicos para el desarrollo local en Tlalpujahua, Michoacán (México). *Revista Turismo y Sociedad*, vol. 31, 2022, pp. 97-124. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n31.05>
- Velázquez-García, M. y Labra, A.** (2015). Logros y problemáticas de los Pueblos Mágicos del Estado de Hidalgo. *Revista Semestral de Estudios Regionales*, 2(4), 46-60. <https://bit.ly/3ugicJ3>
- Vidales, Gonzales y Gonzales Butrón** (2007). *Hacia un sistema de planeación de desarrollo en Michoacán: reflexiones para su emergencia institucional y organizacional*. Ed: Morevalledo.

Propuesta de diseño de negocios sociales en el Pueblo Mágico de Cholula Puebla, como estrategia de desarrollo socioeconómico de los productores agrícolas de la región

Adolfo Federico Herrera García ¹

Jesús Ismael Morales Sánchez ²

Gabriela León Valentín ³

Resumen

Las investigaciones efectuadas en los Pueblos Mágicos se han basado en el impacto económico a través del incremento del turismo en estos municipios, el aumento del ingreso de la población, entre otras variables, pero son muy pocos los estudios que analizan el impacto en las relaciones sociales de producción, el ecosistema de las comunidades y la generación de negocios sociales.

Además de esto se ha podido observar que los Pueblos Mágicos se han convertido en centros de gentrificación para extranjeros y connacionales de otros municipios o estados con recursos económicos altos, los cuales desplazan a la población local de escasos recursos de su lugar de origen.

Dado lo anterior, es necesario reorientar la creación de negocios en los municipios del estado de Puebla nombrados Pueblos Mágicos, con el objetivo de alcanzar el desarrollo local como un proceso estructurado de nuevas formas de organización social, dinámico y multidimensional que implica la participación de diferentes actores políticos, sociales y culturales, así como respetar el medio ambiente, el territorio y las relaciones sociales de producción, por lo cual se busca realizar una propuesta de diseño de negocios sociales en el Pueblo Mágico de Cholula Puebla, que funcione como estrategia de desarrollo socioeconómico de los productores agrícolas de la región.

Conceptos clave: 1. Pueblos mágicos, 2. Desarrollo local, 3. Producción agrícola

Introducción

La iniciativa de Pueblos Mágicos surgió en 2001 durante la presidencia de Vicente Fox, como una estrategia para diversificar la oferta turística del país a través de programas regionales. En ese entonces ya se contaba con programas turísticos que impulsaban a los estados de la República que cuentan con playas, los estados considerados como tesoros coloniales, o bien las ciudades patrimonio. Además de desarrollar una serie de recorridos con diferentes enfoques a lo largo de la República conocido como “rutas turísticas” dentro de las que cabe

¹ Doctor en Desarrollo Económico y Sectorial Estratégico. Profesor investigador de la Facultad de Economía de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. adolfo.herrera@correo.buap.mx

² Maestro en Mercadotecnia. Profesor investigador de la Facultad de Administración de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. jismael.morales@correo.buap.mx

³ Estudiante de la Licenciatura de Administración de Empresas de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. gabriela.leonv@alumno.buap.mx

destacar la Ruta de los Dioses y las Rutas Gastronómicas. Pero ninguna de estas estrategias centradas en buscar un desarrollo regional particular, que sirviera para detonar el desarrollo socioeconómico de los municipios.

Los municipios del país eran un segmento del mercado que estaba descuidado, sin explotar y que si se manejaba adecuadamente la iniciativa traería grandes logros. Es así como Huesca de Ocampo en Hidalgo fue el primer municipio declarado Pueblo Mágico en 2001. Poco a poco se han seguido incorporando municipios que solicitan su nombramiento y cumplen con los criterios de incorporación hasta llegar hoy en día a un total de 132 municipios. Con esta cifra cada Estado de la República cuenta con un mínimo de un municipio con dicho nombramiento, siendo el Estado de México y Puebla los estados con un mayor número de Pueblos Mágicos, teniendo un total de 12 municipios con dicha distinción, siendo Huejotzingo y Teziutlán los dos últimos municipios poblanos nombrados con esta distinción el 26 de junio del 2023.

Para el 2013 el programa se encontraba en una etapa de diagnóstico y evaluación; es decir en una etapa de reingeniería con el objetivo de mejorar las reglas de operación, establecer criterios más específicos y ser más estrictos a la hora de dar los nombramientos. Es así como con las auditorías realizadas a cada municipio se verificó que cubrieran al pie de la letra cada uno de los criterios y ejes rectores del programa.

De acuerdo con la Secretaría de Turismo (SECTUR), los municipios nombrados como Pueblos Mágicos “tienen el objetivo de contribuir a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros” (SECTUR, 2013).

El programa se utilizó como una herramienta para generar desarrollo en pequeñas localidades a partir de la especialización económica en el turismo, esperando que el crecimiento en los servicios e infraestructura necesarios para la industria como caminos, hoteles, restaurantes, etc. se replicaran en otros sectores con un efecto multiplicador que favoreciera el desarrollo económico de las localidades, lo cual no se ha conseguido del todo.

Antecedentes

El Programa de Pueblos Mágicos (PPM) fue creado en el 2001, este se crea como un programa “de apoyo a poblados típicos con atractivos históricos culturales de gran singularidad que requerían acciones de conservación y mejoramiento de su imagen urbana e identidad” (SECTUR, 2007, p. 3), que permitiera ser un detonante de crecimiento y desarrollo económico en los pueblos.

En los inicios del programa, este se basaba en impartir talleres de capacitación en imagen urbana, que impartía la Secretaría de Turismo (SECTUR), “con la finalidad de auxiliar a aquellas poblaciones que contaran con un cierto potencial turístico y que requirieran una inversión para mejorar su imagen y servicios turísticos” (SECTUR, 2007, p. 3), lo cual ha ido cambiando de acuerdo con la evolución del programa.

Así mismo, los criterios de elegibilidad para otorgar el nombramiento de Pueblos Mágicos solo consistían en cuatro características fundamentales, la cercanía a sitios

turísticos, accesibilidad a carreteras, valor o motivos históricos o religiosos y por último la voluntad de la sociedad y del gobierno para ser elegibles por el programa.

Estos criterios generaban limitantes para algunos municipios para ser elegibles, además de que no todos los municipios contaban con la infraestructura necesaria para ser Pueblos Mágicos, por lo que requerían de una fuerte inversión en infraestructura para alcanzar dichos criterios.

De acuerdo con González-Gómez y Hiernaux-Nicolas (2018), el objetivo del programa es “transformar pueblos en espacio de acumulación, bajo los sacrosantos objetivos tradicionales de generar empleo y recursos para las localidades” (González-Gómez, 2018, p. 446), sin importar las consecuencias que esto genera en las relaciones sociales de producción y en los usos y costumbres de los pueblos.

Así mismo, López (2017) menciona que los municipios que lograron el nombramiento de Pueblos Mágicos, “muestran que la generación de empleos no es tal o por lo menos no es tan significativa, si se toma en cuenta la destrucción de las economías tradicionales” (González-Gómez, 2018, p. 446), generando así, una mayor concentración de la riqueza en un solo sector de la sociedad dueña de los medios de producción.

Además de esto se ha podido observar que los Pueblos Mágicos se han convertido en centros de gentrificación para extranjeros y con nacionales de otros municipios o estados con recursos económicos altos, los cuales desplazan a la población local de escasos recursos de su lugar de origen.

Dado lo anterior, es necesario reorientar la creación de negocios en los municipios del estado de Puebla nombrados Pueblos Mágicos, con el objetivo de alcanzar el desarrollo local como un proceso estructurado de “nuevas formas de organización social, complejo, dinámico y multidimensional que implica procesos societales que van desde lo psico-socio-cultural, político, social, ambiental, territorial hasta lo económico-productivo” (Contreras-Orozco, 2023).

Para poder lograr esto, es necesario generar una planificación territorial, que ayude a identificar las características propias del territorio, de su población y de los recursos naturales del mismo, además de esto es necesario generar un ordenamiento de las diferentes actividades económicas, sociales y culturales que se llevan a cabo en estas regiones.

Así mismo, se debe lograr una participación directa de todos los agentes sociales, políticos y económicos que intervienen de manera directa en las actividades y procesos de la región, con el objetivo de orientar y reorientar aquellas actividades primordiales de la región y lograr nuevas formas de organización y reconversión de una nueva forma de hacer economía en ellos, respetando su identidad, cultura y valores.

Para que el impacto de la creación de los negocios sociales en los Pueblos Mágicos del estado de Puebla genere desarrollo local se “deben generar o reforzar las dinámicas sistémicas de escala local”, que logren unificar los cuestionamientos “sobre los orígenes, los actores, las modalidades y los objetivos de las acciones de desarrollo” (Contreras-Orozco, 2023).

El nombramiento es un distintivo, un reconocimiento para aquellos que habitan esos lugares de México y que han sabido mantener para todos, la riqueza cultural, natural e

histórica que encierran. Con atributos arquitectónicos simbólicos que hacen de cada lugar un paraje con un ambiente especial lleno de magia, tradición, leyendas y un colorido especial en todas sus actividades desde las gastronómicas, las artesanales, hasta las relacionadas con el turismo y el comercio. Todo lo que en ellos se encierra sus colores, olores, sabores, pobladores son únicos y un claro reflejo de lo que es México.

Las opiniones con respecto al programa son múltiples y diversas desde quienes lo apoyan hasta quienes están en su contra por considerarlo un programa que en los últimos tiempos se convirtió en un escaparate político, sobre los logros olvidando su esencia. Y es que existen diferentes visiones, intereses y perspectivas de todos los involucrados que deben de congeniar. Generando preguntas como: ¿Cuáles son los intereses que se persiguen con este programa? ¿Quiénes son los actores legítimos para intervenir en la operatividad del mismo? ¿Qué pueblos en verdad cumplen con los requisitos y han logrado un desarrollo a partir del nombramiento? ¿Qué es lo deseable para el desarrollo y cómo se puede medir cuando no existe un parámetro de partida? ¿Cómo hacer que el interés por el programa no decaiga con el cambio de gobierno? ¿Cómo lograr involucrar a todos los sectores del municipio (gobierno, sociedad civil, sector privado)? ¿Cómo construir una perspectiva concreta de desarrollo de una zona turística a partir de las bases de lo que es un Pueblo Mágico, la autenticidad, lo mexicano mezclado con modernidad, servicios, infraestructura, sin olvidar el hecho de que el éxito del turismo depende de la percepción? ¿Es suficiente la actividad turística para fomentar el desarrollo? ¿Qué otras actividades se deben de impulsar para en verdad alcanzar un crecimiento sustentable?.

Todas estas preguntas nacen gracias a las diferentes crisis económicas que hemos vivido al término del siglo XX y al principio del siglo XXI, que esconden en realidad el colapso sistémico del modelo capitalista, ya que enfrentamos una crisis moral, con la más grande pérdida de valores y magnificando la obtención de la riqueza.

Lo que ha generado una crisis alimentaria que muestra cada vez más la mala distribución de la riqueza entre los diferentes miembros de una sociedad, una crisis energética que cada vez lastima más el bolsillo de los que menos tienen, una crisis ambiental que nos muestra esta gran sobreexplotación de los recursos naturales, además de la crisis sanitaria del COVID-19 que mostró la gran deficiencia de los diferentes servicios de salud que se tiene en algunos países especialmente el nuestro.

Una grave crisis institucional que al parecer es una de las más difíciles que tenemos, ya que, con el adelgazamiento del Estado, se fue perdiendo la fuerza de este, para velar por los más necesitados y se dejó todo a manos de las fuerzas del libre mercado que fueron destruyendo a las diferentes organizaciones sociales y políticas que perseguían un fin en común, entre algunas otras.

Este dramático escenario en el que vivimos actualmente exige nuevas formas de hacer economía que garanticen una mejor distribución del ingreso, mayor acceso a los servicios de salud, educación, entre otros, que mejoren las condiciones de bienestar y de bien vivir de las personas.

En la sexta cumbre del G20 (2008) el presidente francés Nicolas Sarkozy, anunció la falta de un nuevo capitalismo internacional, fundado en la noción del emprendimiento social,

en una economía más social y solidaria, que busque mejorar las condiciones de vida de la población.

Así mismo, el Papa Benedicto XVI, en el 2009 promulga la encíclica “Caritas in Veritate”, que habla de la necesidad de crear nuevas relaciones mercantiles (un comercio justo), y una nueva forma de realizar actividades económicas ordinarias, para crear lo que él llama la economía de la caridad, que define a la caridad como “el don más grande que Dios ha dado a los hombres” (Benedicto, 2009).

Al existir estas nuevas formas de explicar las relaciones económicas, surge la necesidad de regresar a los principios básicos de la economía, la búsqueda del bienestar colectivo, la investigación de nuevas formas de medir y explicar el bienestar a través de la felicidad, entre otras, lo que han llamado la “socioeconomía”.

De las cuales, una de las que más sobre sale es el modelo de economía solidaria, “que promueve fundamentalmente el rescate de formas concretas de operar y hacer economía basada en factores, relaciones económicas y valores alternativos y solidarios” (Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias , 2015, p. 14).

Todos estos cambios de paradigmas, las nuevas necesidades de los sistemas de producción, distribución, consumo, generados a través de este nuevo proceso globalizador en la economía, así como la entrada de nuevos procesos tecnológicos en la distribución y el intercambio de bienes y servicios, trajo consigo una reducción de las asimetrías de los mercados, trayendo consigo la creación de una nueva visión de la economía colaborativa.

La economía o consumo colaborativo, llamado así, por “que se aplica a organizaciones surgidas en torno al modelo de negocio peer-to-peer, en el que las plataformas se usan para alquilar, vender, prestar o compartir bienes al margen de tiendas, bancos o agencias” (Alfonso, 2016, p. 235).

Es por esta razón, que el diseño de negocios sociales en el Pueblo Mágico del Municipio de San Andrés Cholula Puebla, permitirán crear nuevas alternativas de organización de la sociedad, cuidando así las relaciones sociales de producción, además de generar con ello un comercio justo y una mejor distribución de la riqueza.

Los Pueblos Mágicos del estado de Puebla

De acuerdo con la Secretaría de Turismo del estado de Puebla (2020), este es el segundo estado de la república mexicana con mayor número de municipios con el nombramiento de Pueblos Mágicos, siendo el municipio de Cuetzalan el primer Pueblo Mágico de la entidad, alcanzando su nombramiento en el 2002, el segundo municipio en alcanzar el nombramiento fue Zacatlán en el 2011, de ahí le siguieron Pahuatlán, Cholula (San Andrés y San Pedro), Chignahuapan, Tlatlauquitepec y Xicotepec en el 2012 respectivamente, de ahí le siguieron Atlixco y Huauchinango en el 2015, Tetela de Ocampo en el 2020 y por último los municipios de Huejotzingo y Teziutlán 2023.

De estos 12 municipios del estado de Puebla se pretende analizar el Pueblo Mágico de Cholula Puebla, el cual presenta un problema con sus productores agrícolas ya que ellos no cuentan con espacios para poder comercializar sus productos dentro o alrededor del

municipio, lo que los obliga a vender sus productos en las centrales de abastos de la Ciudad de México y Veracruz.

Además de esto, muchos de los productores agrícolas que no cuentan con los medios económicos suficientes para poder llevar sus productos agrícolas a los estados circunvecinos, deben de aceptar los bajos precios que les pagan los acaparadores y organizaciones que controlan el comercio, por sus productos dentro del municipio, generando empobrecimiento en los productores.

San Andrés Cholula-Puebla

El municipio de San Andrés Cholula-Puebla, es el municipio 119 del Estado, el cual se encuentra localizado en la región centro-occidental, su cabecera municipal nombrada con el mismo nombre se encuentra localizada a aproximadamente a 8 kilómetros al poniente de la capital del Estado.

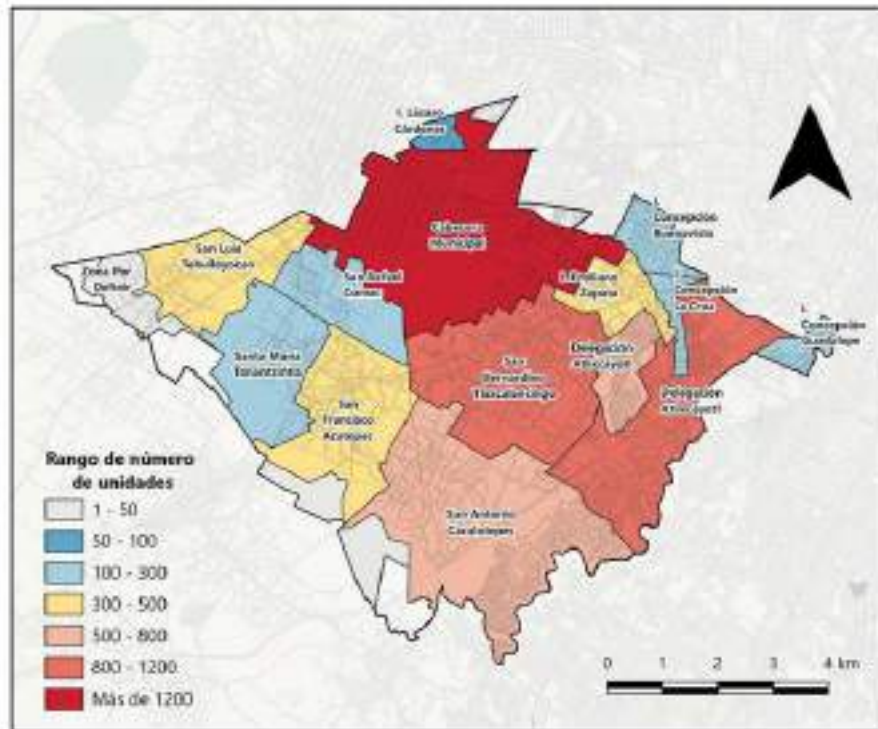
El municipio de San Andrés Cholula es una de las ciudades más antiguas de Latinoamérica, su fundación se encuentra alrededor del año 645 A.C; San Andrés Cholula colinda al norte con San Pedro Cholula, al sur con Ocoyucan, al poniente con San Gregorio Atzompa y al oriente con Puebla de Zaragoza.

Así mismo el municipio de San Andrés Cholula-Puebla está compuesto por seis juntas auxiliares, cinco inspectorías y una delegación:

- Cabecera Municipal: San Andrés Cholula
- Delegación Atlixcáyotl
- San Bernardino Tlaxcalancingo
- San Antonio Cacalotepec
- Inspectoría Emiliano Zapata
- San Francisco Acatepec
- San Luis Tehuiloyocan
- Inspectoría Concepción Guadalupe
- Inspectoría Concepción la Cruz
- Inspectoría Concepción Buenavista
- Santa María Tonantzintla
- San Rafael Comac
- Inspectoría Lázaro Cárdenas

La organización política de cada junta auxiliar, la encabezan el presidente auxiliar, quien es elegido por votación popular, a través de elecciones en esta, para un periodo no mayor de tres años, sus funciones están delimitadas por la autoridad municipal correspondiente.

Mapa 1: Unidades económicas por juntas auxiliares e inspeccións



Fuente: Elaboración propia a partir del Marco Geoestadístico Nacional (INEGI) y Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas

Pobreza y desigualdad

De acuerdo con el Consejo Nacional de Población (CONAPO), el índice de marginación por municipios, el nivel de marginación que presenta el municipio es el siguiente:

Cuadro 1. Índice de marginación de San Andrés Cholula 2005-2010.

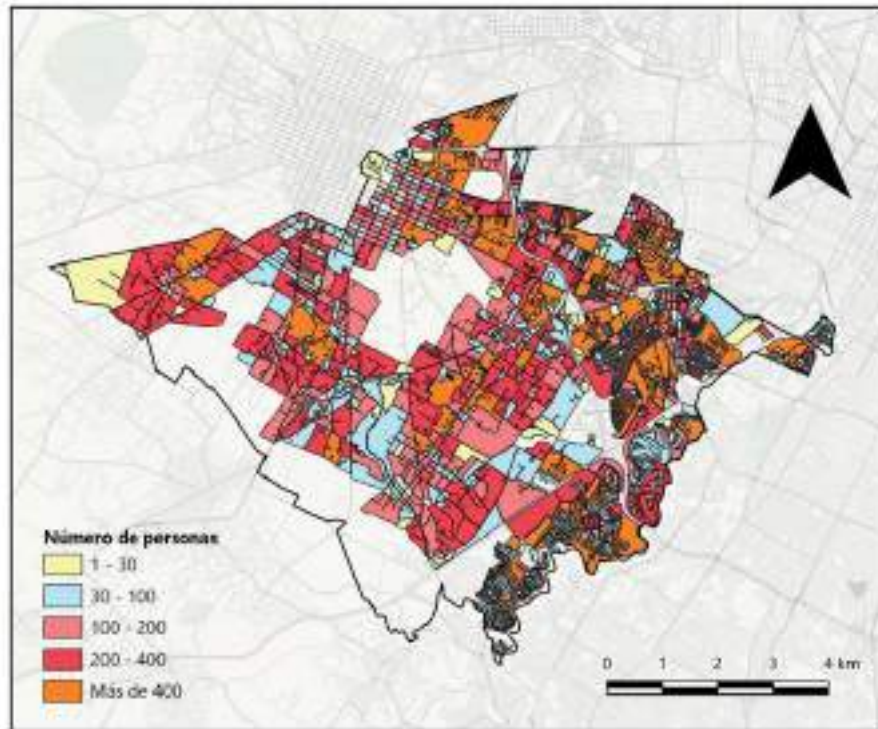
San Andrés Cholula						
Categorías	2005			2010		
Localidades por grado de marginación	Número	%	Población	Número	%	Población
Grado de marginación muy alto	0	0	0	0	0	0
Grado de marginación alto	8	34.7	4,716	8	61.5	5,440
Grado de marginación medio	6	26.0	655	2	15.3	274
Grado de marginación bajo	4	17.3	35,388	3	23.0	94,725
Grado de marginación muy bajo	4	17.3	39,353	0	0	0
Grado de marginación n.d.	1	4.35	6	0	0	0
Total	23	100	80,118	13	100	100,439

Fuentes: Elaboración Propia con datos de CONAPO. Índice de marginación por entidad federativa y municipio 2010. CONAPO. Índice de marginación por localidad 2010. INEGI. Catálogo de claves de entidades federativas, municipios y localidades, Diciembre 2012.

Desigualdad social en el municipio de San Andrés Cholula Puebla

Para poder medir esta desigualdad en el municipio se utiliza el índice de Gini que es “una medida estadística diseñada para representar la distribución de los ingresos de los habitantes, en concreto, la inequidad entre estos. Índices más cercanos a 0, representan más equidad entre sus habitantes, mientras que valores cercanos a 1, expresan máxima inequidad entre su población” (DataMéxico, 2022), para el caso de este municipio presenta un valor de 0.38.

Mapa 2: Población por manzanas

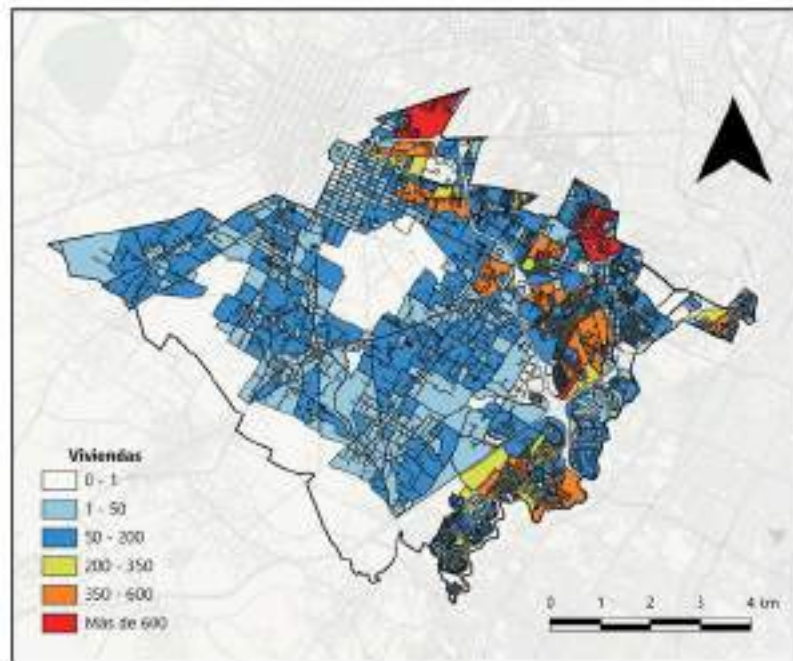


Fuente: Elaboración propia a partir del Marco Geoestadístico Nacional (INEGI) y Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas

El municipio de San Andrés Cholula-Puebla, tiene una población para el 2020 de 154,448 habitantes, de estos 51.9% son mujeres y 48.1% son hombres, del total de la población el 39.7% de ellos se encuentran en condiciones de pobreza, lo que equivale a 62,224 personas, con respecto a la distribución de los hogares con jefas de familia, el 33% de estos cuenta con una mujer a cargo y 67% de los hogares cuentan con un hombre jefe de familia.

Con base a la información de INEGI en el apartado de Censo de población del año 2020 la población total de San Andrés Cholula-Puebla es de 154,448 habitantes, de los cuales representan el 0.12% de la población de la entidad, de estos el 48.08% de población es masculina y el 51.91% femenina, del cual el 6.55% es el porcentaje del total de los habitantes en San Andrés que son afrodescendientes masculinos y el 5.5% de población femenina afrodescendiente.

Mapa 3: Viviendas por manzanas

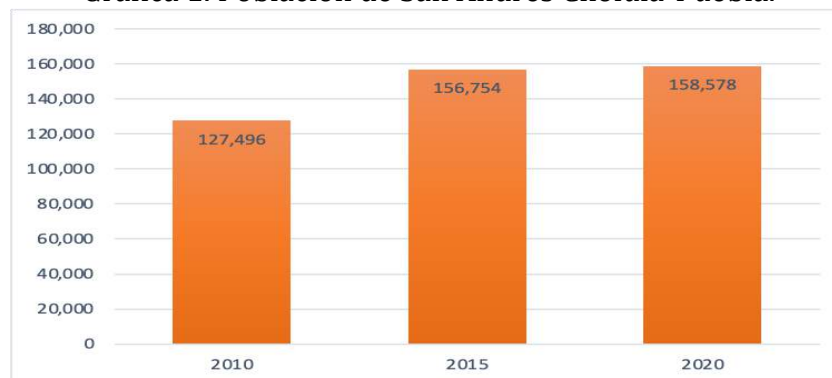


Fuente: Elaboración propia a partir del Marco Geoestadístico Nacional (INEGI) y Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas

La Población Económicamente Activa (PEA) del municipio es del 62.1%, del total de PEA el 56.8% es población masculina y el 43.2% femenina, del resto la Población no económicamente activa (PNEA) representa el 37.7% de la población y la causa más significativa es por los estudiantes que es casi la mitad de la PNEA y también las personas que se dedican a los quehaceres del hogar, pensionados entre otras.

De acuerdo con los datos del Censo de Población y Vivienda, el municipio de San Andrés Cholula ha tenido una tasa promedio de crecimiento poblacional en los últimos 10 años de 12.05%.

Gráfica 1. Población de San Andrés Cholula-Puebla.

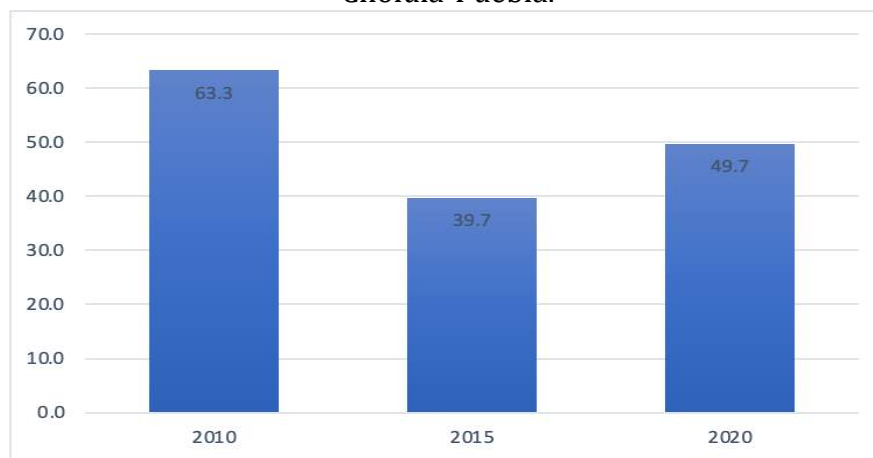


Fuente: estimaciones del CONEVAL con base en el MCS-ENIGH 2010, la muestra del Censo de Población y Vivienda 2010, el Modelo Estadístico 2015 para la continuidad del MCS-ENIGH, la Encuesta Intercensal 2015, el Modelo Estadístico 2020 para la continuidad del MCS-ENIGH y la muestra del Censo de Población y Vivienda 2020.

Si hablamos de lenguas indígenas que aún siguen vivas entre los pobladores tomaríamos en cuenta a 2, la Náhuatl con 4,476 hablantes que equivale al 2.89% de la población total del municipio y el Totonaco con 945 hablantes o el 0.61% de la población total, existen otras más como el Mazateco, Mixteco, Zapoteco, Amuzgo, Chinanteco, Otomí y entre otras que no están especificadas, pero si vemos el porcentaje de la lengua indígena que más se habla es solo el 2.89% una cifra muy baja.

Según CONEVAL el porcentaje de la población analfabeta de 15 años o más desde 1990 a 2020 ha reducido el 10.57% en 30 años, desde un 12.26% en 1990 a un 1.69% en 2020. Incluso en la población de 15 o más sin educación básica ha reducido mucho más, y se nota en la población analfabeta, con casi un 20% en el transcurso de 30 años.

Gráfica 2. Porcentaje de población en condiciones de pobreza en el Municipio de San Andrés Cholula-Puebla.



Fuente: estimaciones del CONEVAL con base en el MCS-ENIGH 2010, la muestra del Censo de Población y Vivienda 2010, el Modelo Estadístico 2015 para la continuidad del MCS-ENIGH, la Encuesta Intercensal 2015, el Modelo Estadístico 2020 para la continuidad del MCS-ENIGH y la muestra del Censo de Población y Vivienda 2020.

El desarrollo de este municipio se resalta en el porcentaje de ocupantes en viviendas particulares sin drenaje ni excusado desde un 47.89% hasta un 0.17%, una reducción del 47.72% eliminando casi por completo este segmento, sin embargo, el porcentaje de población ocupada con ingresos menores a 2 salarios mínimos en esos 30 años que transcurrieron solo hubo una reducción del 16.24%, siendo un 74.65% en 1990 y 58.41% en 2020.

Para ser un municipio con tales características y que se ha desarrollado bastante bien con el paso de los años hasta llegar a ser un pueblo mágico, resulta extraño que el grado de marginación para 2020 sea “Muy bajo” ya que en 1990 este grado era “bajo” e incluso en 1995 el grado de marginación era “Medio”.

En cuanto a pobreza el CONEVAL muestra un 49.7% en 2020 en la cual solo 78,823 personas se encuentran en este rubro, se registró una reducción de 13.6% en 10 años. En pobreza extrema, en 2010 es de 16.6% y en 2020 de 7.7%, se redujo la mitad en los 10 años, la pobreza moderada no hay un gran cambio solo una reducción del 4.6% siendo en 2020 del

42%. Pero la pobreza no solo es económica, sino también tiene que ver con las carencias por el acceso a los servicios de salud, la seguridad social, alimentación, son conceptos que con el paso de los años también han reducido sus porcentajes.

Actividad Económica

Con respecto a la actividad económica que los habitantes del municipio realizan ha cambiado, ya que en la actualidad la población que se dedicaba a labores agrícolas migró a emplearse en las empresas y la insipiente industria que existe en el municipio. Datos presentados por el Censo Económico 2019, los sectores económicos que concentraron a la fuerza laboral del municipio son el comercio al por menor, servicios de alojamiento temporal, preparación de alimentos y bebidas y otros servicios.

En cuanto a las actividades económicas a las que se dedican los pobladores está:

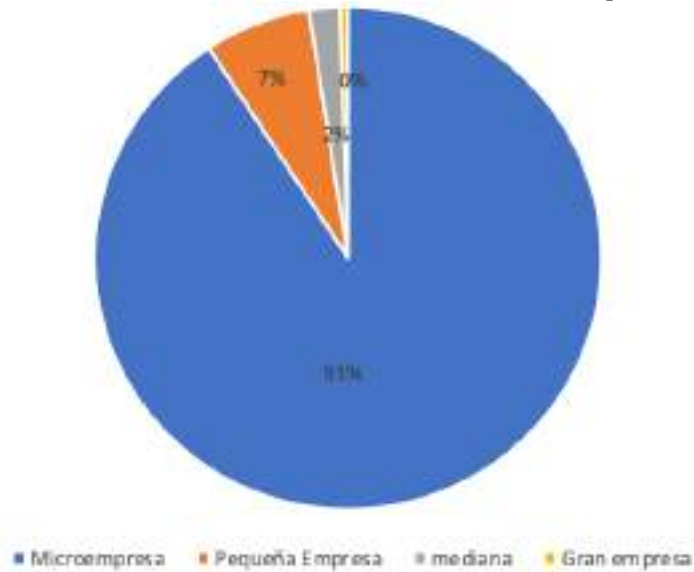
- I. La industria: en el municipio se desarrolla a través de la actividad industrial de la leche (queso, crema, flanes), además de la fabricación de muebles rústicos de madera y herrería, así mismo también se cuenta con la industria de la construcción dentro del municipio.
- II. El turismo: el municipio de San Andrés Cholula-Puebla cuenta con diversos sitios de interés turístico como, la zona arqueológica, arquitectura colonial (Acatepec, Tonantzintla, Tlaxcalanzingo, la casa de San Luis Tehuiloyocan, etc.). También cuenta con lugares recreativos como balnearios, gran variedad de restaurantes y antros.
- III. El comercio. Ya sea tiendas de abarrotes o misceláneas, panaderías, cristalerías, carpinterías, centros comerciales, carnicerías y entre muchos otros establecimientos.
- IV. Servicios. El municipio cuenta con 4 hoteles de diferente categoría y como ya habíamos mencionado antes cuenta con gran variedad de restaurantes y bares y gran variedad de establecimientos de preparación de alimentos. Además, el municipio cuenta con servicios financieros de bancos, servicios jurídicos y administrativos.

Si clasificamos el tamaño de las empresas en el municipio en la gráfica 3 se muestra efectivamente las microempresas, estas se dividen en un 91% de participación en las actividades económicas y con un 7% de participación las pequeñas empresas, casi inexistentes las medianas y grandes empresas.

Si seguimos clasificando a las empresas también tendríamos de hablar de las actividades a las que se dedican específicamente, principalmente la mitad del municipio se dedica a los servicios, como habíamos mencionado antes en el Censo Económico de 2019, los servicios de preparación de alimentos y bebidas y alojamiento temporal, y otros servicios excepto actividades gubernamentales fueron los que registraron mayor concentración económica. Como vemos en la gráfica 4, el sector comercio tiene un 38% de participación en la actividad económica siendo el comercio al por menor el que más predomina y fue mencionado también en el Censo Económico de 2019 y con un 10% de participación de la industria. Como vemos en esta gráfica uno de los sectores que más ha crecido es el sector

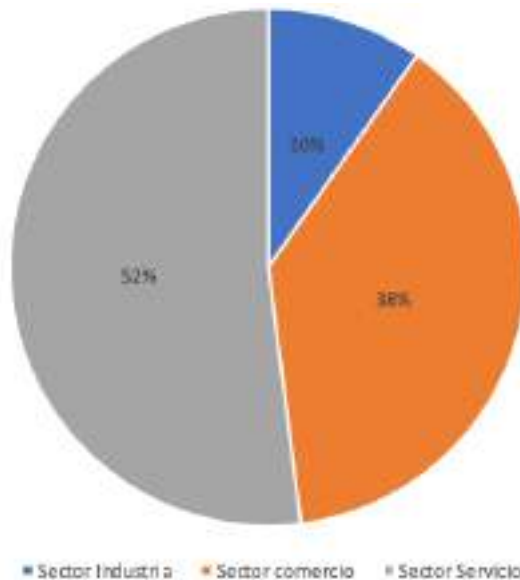
servicio y es comprensible ya que es un pueblo mágico y muchos turistas llegan a conocer la pirámide y los establecimientos de recreación como los restaurantes, antros y bares.

Gráfica 3. Clasificación del tamaño de las empresas.



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI

Gráfica 4. Clasificación de actividades económicas.



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI.

Para atraer más inversión nacional e internacional el gobierno del municipio realiza encuentros, convenciones y reuniones de índole económica, así como estimular el uso de equipos tecnológicos que promuevan las ventajas comparativas y competitivas, también establecer relaciones de intercambio de conocimientos, entre otros.

Metodología

La metodología utilizada durante la presente investigación es mixta, por lo cual se realizó una revisión de la literatura, todo esto con el objetivo de adentrarse en la ubicación y conocimiento de perspectivas teóricas e investigaciones efectuadas en los Pueblos Mágicos, ya que gran parte de estas investigaciones se han basado en el impacto económico a través del incremento del turismo en estos municipios, el aumento del ingreso de la población, entre otras variables, pero son muy pocos los estudios que analizan el impacto en las relaciones sociales de producción, el ecosistema de las comunidades y la generación de negocios sociales.

Nuestra investigación documental se centrará en las siguientes temáticas:

- Revisión de antecedentes, estudios y contenidos relativos al Programa de Pueblos Mágicos en el ámbito nacional, estatal y municipal.
- Análisis y exploración de los factores sociales, culturales y ecológicos de los municipios.
- Revisión teórica de los actores claves y sus relaciones
- Exploración del análisis de redes sociales de producción, dinámicas socioeconómicas y generación de valor.

El análisis de recolección de datos se realizó a través de las fuentes de información oficiales, como son el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Secretaría de Turismo (SECTUR), Secretaría de Economía (SE), Consejo Nacional de Evaluación de las Políticas de Desarrollo Social (CONEVAL), entre otras, así mismo cabe destacar que algunos de los municipios del estado de Puebla, nombrados Pueblos Mágicos cuentan ya con información suficiente para realizar nuestra investigación.

Cuadro 2: Número de establecimientos por unidades económicas

Nombre de actividad	Total, de establecimientos	% de participación
Comercio al por menor	2 766	36.51%
Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	1 338	17.66%
Otros servicios excepto actividades gubernamentales	1 190	15.71%
Industrias manufactureras	700	9.24%
Servicios de salud y de asistencia social	258	3.41%
Comercio al por mayor	246	3.25%
Servicios profesionales, científicos y técnicos	218	2.88%
Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	178	2.35%
Servicios financieros y de seguros	177	2.34%
Servicios educativos	135	1.78%
Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	104	1.37%

Servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos, y servicios de remediación	100	1.32%
Construcción	73	0.96%
Transporte, correo y almacenamiento	48	0.63%
Información en medios masivos	38	0.50%
Generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas natural por ductos al consumidor final	4	0.05%
Corporativos	2	0.03%
Total general	7 575	

Fuente: Elaboración propia a partir del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas y recorridos en campo

El porcentaje de unidades económicas que existen en el municipio para el 2023, que cuentan de 0 a 30 personas ocupadas es del 97.69% y el 2.31% restante cuentan con 31 a más de 251 personas ocupadas, de acuerdo con este dato, el tipo de empresa que predomina en el municipio de San Andrés Cholula son MIPYMES.

Cuadro 3: Número de actividades por personas ocupadas

Personas ocupadas en la unidad económica	Total de unidades económicas	% de participación
0 a 5 personas	6 496	85.76%
6 a 10 personas	557	7.35%
11 a 30 personas	347	4.58%
31 a 50 personas	72	0.95%
51 a 100 personas	55	0.73%
101 a 250 personas	33	0.44%
251 y más personas	15	0.20%

Fuente para las tablas y gráficas: Elaboración propia a partir del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas y recorridos en campo

Así mismo en la junta auxiliar que cuenta con mayor número de unidades económicas es la cabecera municipal con 1,846 unidades económicas, seguida de la Delegación Atlixcáyotl con 1,410 unidades económicas y San Bernardino Tlaxcalancingo con 1,022 unidades económicas, lo que representa el 57.23% de todas las unidades económicas del municipio.

Cuadro 4: Número de Unidades Económicas por Junta Auxiliar o Inspectoría

Junta auxiliar o inspectoría	Número de unidades económicas	% participación
Cabecera Municipal	1846	24.70%
Delegación Atlixcáyotl	1410	18.86%
San Bernardino Tlaxcalancingo	1022	13.67%
San Antonio Cacalotepec	748	10.01%
Inspectoría Emiliano Zapata	458	6.13%

PROPUESTA DE DISEÑO DE NEGOCIOS SOCIALES EN EL PUEBLO MÁGICO DE CHOLULA PUEBLA, COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS DE LA REGIÓN

San Francisco Acatepec	447	5.98%
San Luis Tehuiloyocan	310	4.15%
Inspección Concepción	259	3.46%
Guadalupe		
Inspección Concepción La Cruz	232	3.10%
Inspección Concepción	224	3.00%
Buenavista		
Santa María Tonantzintla	219	2.93%
San Rafael Comac	199	2.66%
Inspección Lázaro Cárdenas	58	0.78%
Zona Por Definir	43	0.58%

Fuente: Elaboración propia a partir del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas y recorridos en campo.

La actividad económica que más destaca en la cabecera municipal es el comercio al por menor con 604 unidades de las 1,846 con las que cuenta el municipio, la segunda actividad económica con mayor importancia en el municipio son los servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas con 441 unidades.

Cuadro 5: Número de Unidades Económicas Cabecera Municipal

Cabecera municipal Actividad	Número de unidades
Comercio al por menor	604
Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	441
Otros servicios excepto actividades gubernamentales	335
Industrias manufactureras	156
Servicios de salud y de asistencia social	52
Servicios profesionales, científicos y técnicos	45
Comercio al por mayor	40
Servicios financieros y de seguros	39
Servicios educativos	37
Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	29
Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	28
Servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos, y servicios de remediación	15
Construcción	11
Transporte, correo y almacenamiento	8
Información en medios masivos	6
Total general	1 846

Fuente: Elaboración propia a partir del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas y recorridos en campo.

Caracterización de las unidades económicas

El municipio de San Andrés Cholula muestra un perfil cada vez más urbano, lo que se verifica no sólo con el total de habitantes de la ciudad, que según datos del INEGI (2020) es de 154 mil 458, sino también con el tipo de actividades económicas que se desempeña dentro de esta demarcación. Tal como lo muestra en el cuadro 6, la actividad que más sobresale es la de “Comercio al por menor” (2 mil 766 unidades), seguida de “Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas” (1 mil 388), entre ambas actividades abarcan al 54% de las unidades económicas; por lo que se puede inferir una marcada inclinación por el sector terciario de la economía.

Por otro lado, entre de las actividades menos recurrentes están “Corporativos” (2), “Generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas natural por ductos al consumidor final” (4) e “Información en medios masivos” (38); cabe señalar que por la propia naturaleza de estas actividades no demanda un número alto de edificaciones para cubrir la demanda de estos servicios.

Cuadro 6: Distribución de las unidades económicas en San Andrés Cholula, según los 20 grandes rubros del SCIAN (2022)

Nombre de actividad	Total, de establecimientos
Comercio al por menor	2 766
Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	1 338
Otros servicios excepto actividades gubernamentales	1 190
Industrias manufactureras	700
Servicios de salud y de asistencia social	258
Comercio al por mayor	246
Servicios profesionales, científicos y técnicos	218
Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	178
Servicios financieros y de seguros	177
Servicios educativos	135
Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	104
Servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos, y servicios de remediación	100
Construcción	73
Transporte, correo y almacenamiento	48
Información en medios masivos	38
Generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas natural por ductos al consumidor final	4
Corporativos	2
Total general	7 575

Fuente: Elaboración propia a partir del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas y recorridos en campo

Por su parte, y atendiendo a un nivel más desagregado de análisis, el cuadro 7 nos muestra que de las 16 actividades con el mayor número de unidades económicas, sobresalen en primer lugar el “Comercio al por menor en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas”, a nivel nacional estos pequeños comercios representan el sustento de más de 3 millones de familias (Uribe Salinas, 2022), de ahí la importancia y proliferación de este tipo de negocios. Lo mismo se puede decir del segundo lugar de esta categoría, que es “Salones y clínicas de belleza y peluquerías” que, con 401 unidades registradas, denota un emprendimiento preponderantemente femenino.

Paralelamente, los siguientes tres lugares los ocupan actividades que corresponden con el perfil turístico de la ciudad: “Restaurantes con servicio de preparación de tacos y tortas” (230), “Restaurantes con servicio de preparación de antojitos” (230) y “Restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida” (213).

Cuadro 7: Las 16 actividades con más unidades económicas en San Andrés Cholula

Actividad	Número de Unidades
Comercio al por menor en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas	731
Salones y clínicas de belleza y peluquerías	401
Restaurantes con servicio de preparación de tacos y tortas	230
Restaurantes con servicio de preparación de antojitos	230
Restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida	213
Comercio al por menor de artículos de papelería	194
Cafeterías, fuentes de sodas, neverías, refresquerías y similares	155
Banca múltiple	139
Comercio al por menor de frutas y verduras frescas	134
Comercio al por menor de ropa, excepto de bebé y lencería	119
Lavanderías y tintorerías	118
Elaboración de tortillas de maíz y molienda de nixtamal	116
Restaurantes con servicio de preparación de pizzas, hamburguesas, hot dogs y pollos rostizados para llevar	114
Reparación mecánica en general de automóviles y camiones	110
Restaurantes que preparan otro tipo de alimentos para llevar	105
Comercio al por menor en ferreterías y tlapalerías	102

Fuente: Elaboración propia a partir del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas y recorridos en campo

Conclusiones

El municipio de San Andrés Cholula muestra un perfil cada vez más urbano lo que ha permitido un cambio en la actividad económica del municipio, pasando de la actividad económica agrícola a una actividad destinada al sector servicios, este hecho puede ser explicado por su gran cercanía a la capital del estado, así como al crecimiento urbano de dicha

ciudad, además del cambio de actividad económica que ha traído el nombramiento de Pueblo Mágico al municipio, entre otras.

Para entender la dinámica económica de este municipio, es necesario trabajar más a detalle los datos y las evidencias sobre la distribución y el tipo de unidades económicas que se encuentran en este territorio.

Cabe destacar que, de las 16 actividades que más sobresalen en el municipio, sólo una pertenece al sector secundario (Elaboración de tortillas de maíz y molienda de nixtamal), mientras que el resto son exclusivas del sector terciario; en otras palabras el municipio de San Andrés se ha volcado al sector servicios como una fuente principal de ingresos.

Referencias

- Acerenza, M. A.** (2004): Fundamentos de Marketing Turístico. México, Trillas.
- Alfonso, R.** (2016). Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 231-258.
- Andrade, M. J.** (2012): "La generación de la imagen del destino a través de las fuentes de información y comunicación turística: El caso Gallego". Revista de Estudios Regionales, n°. 93, pp. 17-41
- Ansoff, I.** (1965): La estrategia de la empresa. México, Orbis, S.A.
- Avila, R. y Barrado, D. A.** (2005): "Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión". Cuadernos de Turismo, n°. 15, pp. 27-44.
- Baloglu, S. y Mangalolu, M.** (2001): "Tourism destination images of Turkey, Egypt, Greece and Italy as perceived by US based tour operators and travel agents". Tourism Management, n° 22, pp. 1-9.
- Barnes, S. J., Mattson, J. y Sorensen, F.** (2014): "Destination brand experience and visitor behavior: Testing a scale in the tourism context". Annals of Tourism Research, n° 48, pp. 121-139.
- Benedicto, X.** (29 de junio de 2009). Carta encíclica Carita in Veritate. Obtenido de Vatican.va: https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/encyclicals/documents/hf_ben-xvi_enc_20090629_caritas-in-veritate.html
- Benur, A.M. y Bramwell, B.** (2015): "Tourism product development and product diversification in destinations". Tourism Management, n°.50, pp. 213-224.
- Bigné, J. E., Sánchez, M. I. y Sánchez, J.** (2001): "Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour inter-relationship". Tourism Management, n°. 22, pp.607-616.
- Blancas, F.J., Guerrero, F.M. y Lozano, M.** (2009): "La localización espacial en la planificación del turismo rural en Andalucía". Revista de Estudios Regionales, n°. 84, pp. 83-113

CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN (2009): Ley General de Turismo. México, D.F., Diario Oficial de la Federación.

Cárdenas, F. (1995): Producto Turístico: aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño. México, Trillas.

Carrillo, A. (2013): Pueblos Mágicos y la gestión del turismo en México. Caso Cuetzalan, Puebla. Universidad Nacional Autónoma de México. Tesis para obtener el grado de Licenciada en Ciencias Políticas y Administración Pública.

Carvajal, B., y Patri, J. (1979): "Principios Básicos para la obtención de un índice de jerarquización turística aplicado a la provincia antártica chilena". Informato Geográfica de Chile, n°. 26, pp. 65-80.

Datos México, 2022. Datos México San Andrés Cholula. [En línea]

Available at: <https://datamexico.org/es/profile/geo/san-andres-cholula>

González-Gómez, C. y. H.-N. D., 2018. Amealco de Bonfil, Querétaro. Entre la tradición hñãñhú y el nuevo rumbo económico. En: Pueblos Mágicos. Una visión interdisciplinaria, Vol.IV. México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 421-451.

INEGI. Censo de Población y Vivienda 2010. Principales resultados por localidad (ITER). Disponible en: http://geoweb.inegi.org.mx/mgn2kData/catalogos/cat_localidad_FEB2013.zip.

SECTUR, 2007. Estudio para la Evaluación del Programa Pueblos Mágicos en localidades integrantes para fortalecerlo y en su caso reorientar sus estrategias. México, D.F.: Gobierno Federal.

SEDATU (2014): Programa Regional para el Desarrollo del Norte 2014-2018. México, Dirección General de Desarrollo Regional. Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano.

SEDESOL (2013). Decreto por el que se establece el Sistema Nacional para la Cruzada contra el Hambre. Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 22/01/2013. Disponible en: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5285363&fecha=22/01/2013.

SEDESOL (2013). Reglas de Operación del Programa para el Desarrollo de Zonas Prioritarias, para el ejercicio fiscal 2013, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 26/02/2013. Disponible en: http://www.microrregiones.gob.mx/imagenes_diarios/documentos2013/pdzpROP.pdf.

Valdez, R. (2013): "Funcionamiento de los Programas de Turismo Cultural en México. Algunas observaciones críticas". Cuadernos de Patrimonio Cultural y Turismo, pp.33-40.

Ley de Turismo en el Estado de Guerrero, propuestas para su actualización

Justino Arziga Castañón¹

Teresa de Jesús Rivas Pérez²

Jorge Enrique Muñoz Sánchez³

Resumen

El turismo es la principal actividad económica en el estado de Guerrero, genera el mayor número de empleos en la entidad, impulsa inversiones en estructura turística y promueve el descanso que fortalece la salud y estabilidad emocional de las personas. Debido a lo anterior, el marco jurídico que regula y promueve la actividad, debe ser pertinente y acorde a los nuevos procesos de comercialización y disfrute del producto turístico. En este trabajo, se proponen aspectos que deben ser atendidos para actualizar la ley 494 del Estado de Guerrero en materia de turismo. Se busca generar escenarios de mayor competitividad turística, de mejorar procesos de promoción y publicidad, de mejorar las acciones de investigación y procesamiento de estadísticas turísticas para una mejor toma de decisiones.

Conceptos clave: 1. Turismo, 2. Ley, 3. Actualización

1. Antecedentes

El estado de Guerrero basa su desarrollo económico y social principalmente en la actividad turística, gracias a ésta los empleos e ingresos por actividades laborales, permiten a un gran porcentaje de guerrerenses sustentarse junto con sus familias.

Desde hace más de cuatro décadas los principales destinos turísticos de la entidad: Acapulco, Ixtapa-Zihuatanejo y Taxco, se han convertido en polos de desarrollo regional (Higgins & Savoie, 2017) basados en el turismo, tan así que varios movimientos migratorios internos en la entidad han tenido como destino estas ciudades.

Sin embargo, durante las dos últimas décadas, y gracias al impulso de políticas públicas estatales y municipales, varios pueblos costeros y del interior del estado, han aprovechado sus recursos naturales, culturales y sociales para incentivar la actividad turística como una excelente alternativa de desarrollo socioeconómico; por lo que se observa el nacimiento y desarrollo de nuevos destinos turísticos tales como Playa Troncones, La Saladita, Playas de Papanao y Puerto Vicente Guerrero en la Costa Grande; Playa Ventura, Playas Rivera San Marcos y la laguna de Tecomate en la Costa Chica; Pozas azules de Atzala, Grutas de Cacahuamilpa, Grutas de Juxtlahuaca y otros más al interior de la entidad, por citar algunos ejemplos.

El impacto de la incipiente actividad turística en los lugares mencionados ha generado una dinámica de apertura de nuevos negocios como hoteles, restaurantes, deportes acuáticos

¹ Doctor en Desarrollo Regional, Universidad Autónoma de Guerrero, jarziga@gmail.com

² Doctora en Desarrollo Regional, Universidad Autónoma de Guerrero, teripe1@yahoo.com.mx

³ Doctor en Ciencia Política, Universidad Autónoma de Guerrero, je_ms3@hotmail.com

de paseos en lancha, motos acuáticas, snorkel y buceo, también exposición y venta de artesanías, construcción de vivienda turística entre otros.

Sin embargo, es necesario considerar que todas estas actividades y desarrollo de la actividad turística en el estado de Guerrero, requiere de reglas y ordenamientos que ofrezcan certeza jurídica en todos los actos de intercambio y transferencia de bienes y servicios con fines de recreación de personas con estancia temporal en el destino turístico.

En el estado de Guerrero se han creado y difundido diversas disposiciones jurídicas en materia turística con carácter estatal, con el objetivo de atender los asuntos de interés público que la actividad genera.

El 15 de agosto de 1987 se promulgó la Ley de Fomento Turístico del Estado de Guerrero durante el sexenio del exgobernador José Francisco Ruiz Massieu, siendo una ley pionera en varios temas del orden público relacionado con la actividad.

En dicha ley se contemplaba la creación de la Promotora Turística de Guerrero (PROTUR) que en el artículo 9º señalaba “Para administrar las reservas territoriales destinadas a los proyectos turísticos y para ejecutar las obras de infraestructura y equipamiento respectivo [...] como Organismo Público Descentralizado del Gobierno del Estado, dotado de personalidad jurídica y de patrimonio propio” organismo que contribuyó destacadamente en el desarrollo del Acapulco Diamante, un área territorial que supuso la expansión de la zona turística del Puerto hacia al este del municipio.

Un organismo importante en el marco jurídico para el ordenamiento y fomento de la actividad fue la creación de la Procuraduría del Turista en 1981, creada con el fin de prestar ayuda a los visitantes y atender sus demandas por abusos en la prestación de los servicios turísticos en los principales destinos del estado. La coordinación con autoridades federales y estatales ha sido primordial en sus tareas, especialmente con la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) y la Procuraduría de Justicia del Estado de Guerrero hoy denominada Fiscalía General del Estado.

La ley vigente denominada LEY NÚMERO 494 DE FOMENTO Y DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL ESTADO Y LOS MUNICIPIOS DE GUERRERO publicada en el periódico oficial número 90 del Gobierno del Estado el martes 11 de noviembre de 2014, contempla varios asuntos de competencia del área turística, los cuales son tratados en las propuestas de actualización con el fin de hacerlos pertinentes acorde con las nuevas formas de comercialización y disfrute del producto turístico.

La Ley vigente tiene nueve años sin una actualización de fondo, se han modificado o adicionado algunos temas que los diputados integrantes de la LXIII legislatura consideraron necesario realizar. Sin embargo, como se explica en los temas considerados en el presente trabajo, el asunto reviste una actualización más significativa.

2. Marco teórico y conceptual

Las condiciones sociales, políticas, tecnológicas y económicas son algunos de los factores que inciden para hacer necesaria la actualización, modificación o sustitución de una norma jurídica. “Además, el turismo es un fenómeno mutante por esencia, protagonista de un

desarrollo vertiginoso de nuevas tecnologías y estrategias de comercialización y producción de servicios” (Facal y Echeverría, 2008:523)

Los destinos turísticos del estado de Guerrero están inmersos en los procesos innovadores de comercialización de sus productos por las diferentes vías tecnológicas que existen en el ámbito turístico. Acapulco, Ixtapa-Zihuatanejo y Taxco de Alarcón por citar los más importantes, se comercializan por aplicaciones electrónicas disponibles en celulares inteligentes como AirBnB, Despegar, Expedia, Booking, PriceTravel y muchas más.

Este solo proceso de comercialización requiere de reglas claras y precisas para ofrecer al consumidor las condiciones necesarias para una estancia placentera en el destino turístico. Que las instalaciones de inmuebles no hoteleros ofrezcan comodidad y seguridad para los turistas.

Una ley que regula y promueva la actividad turística es necesaria porque en principio aboga por la protección de los derechos de los turistas, del derecho al uso y disfrute de los bienes y servicios que estos adquieran en el destino. El turismo es una actividad humana y como tal debe ser protegida y fomentada por parte del Estado.

La actividad turística es un factor de desarrollo regional, permite la instalación de inversiones y creación de empleos para la población anfitriona, y dicha condición debe ser promovida y regulada por el Estado.

Por lo anterior deberá entenderse a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos como la ley fundamental que establece la organización, funcionamiento y límites del poder en México.

La Constitución Política del Estado de Guerrero, es la ley fundamental que establece la organización, funcionamiento y límites del poder en la entidad.

La Ley de Turismo del Estado de Guerrero es una normativa que regula la actividad turística de la entidad; asimismo, establece diversas disposiciones relacionadas con la promoción y fomento del turismo en la región, la regulación de los servicios turísticos, la protección de los derechos de los turistas y la conservación del patrimonio turístico y cultural del estado.

La Ley de la Administración Pública del Estado de Guerrero busca establecer un marco legal para el correcto funcionamiento y organización de las dependencias que conforman el gobierno del estado de Guerrero.

3. Metodología

La presente investigación tiene características de tipo cualitativo en dónde se utilizó el método de *Focus Group* para la recopilación de la información con un trabajo de gabinete que integro a diez expertos profesores investigadores de la Universidad Autónoma de Guerrero, cuatro en materia jurídica de la Facultad de derecho, seis de la facultad de turismo, así como la intervención de un asesor de la comisión de turismo del congreso local y la supervisión de la presidenta de la comisión de turismo de la cámara de diputados local, quienes en conjunto diseñaron la parte metodológica de la elaboración del proyecto de ley, del abordaje de los temas a discutir, además de veinte prestadores de servicios turísticos reconocidos por su

vasta experiencia de más de veinte años en el sector turístico a quienes en el trabajo de gabinete el cual incluyó más de veinte reuniones con más de ciento ochenta horas durante cuatro meses de trabajo.

Se debe resaltar que el trabajo realizado en el *Focus Group* consistió en llevar a cabo reuniones con la asistencia de quince personas en promedio con sesiones de cuatro a cinco horas en dos días por semana, con quienes se discutió capítulos, temas y artículos que fueron contrayéndose con la participación de los antes mencionados recibiendo comentarios, opiniones, conocimientos, puntos de vista sobre cada uno de los apartados descritos arriba.

La dinámica o desarrollo de las reuniones fue de tipo bidireccional presencial con un moderador en la mayoría de las ocasiones, y en otras menos, fue de tipo “online” en dos sedes las cuales fueron alternándose de acuerdo con las necesidades.

Debe destacarse que las actividades incluyeron una extensa revisión bibliográfica de leyes y reglamentos federales y estatales que estaban relacionados con las temáticas que tocaba la propuesta de Ley Estatal de Turismo. Así también de la revisión y análisis de convenios de colaboración y acuerdos de participación de gobiernos estatales con empresas del sector, principalmente del sector de hospedaje extrahotelero.

Participantes de las mesas de análisis: seis licenciados en turismo con práctica empresarial, práctica académica y algunos con prácticas en puestos gubernamentales quienes son perfil PRODEP y uno de ellos miembro SNI, cuatro abogados con prácticas litigante, académica e investigadores miembros del SNI, la visita especial del presidente de la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes (AMAV Guerrero), así también de un integrante de la Asociación de Hoteles y Empresas Turísticas de Acapulco (AHETA) y dos diputados del Congreso del Estado de Guerrero integrantes de la Comisión de Turismo.

4. Temas para la actualización

La propuesta de Ley Estatal de Turismo, derivada del trabajo de investigación realizado, presenta diversos puntos de los cuales se acordó, eran los más importantes a considerar para actualizarla a las condiciones de la actividad turística en la entidad. Todos los puntos tienen su respectiva importancia, se fueron discutiendo y analizando conforme se consideraba oportuno avanzar.

Por supuesto, las fuentes principales para considerar los puntos a tratar fueron la “Ley 494 de Fomento y Desarrollo Turístico para el Estado y los Municipios de Guerrero” y la “Ley General de Turismo” del orden federal. Cabe mencionar que los asuntos en el ordenamiento estatal tienen similitud con el ordenamiento federal, diferenciándose por el nivel de gobierno y durante el trabajo que buscó esencialmente homologar y sincronizar actividades promotoras del turismo en el país y en el estado.

La actividad turística es muy dinámica y multidisciplinar, confluyen posturas, innovaciones tecnológicas, teorías disciplinares de otros campos que por su riqueza conceptual deben observarse detenidamente para permitir un prolífico debate y con ello contribuir a generar una propuesta no solo de acuerdos, sino de amplia cobertura de soluciones.

a. Estructura administrativa y jurídica de la Promoción Turística

Un primer punto de la actualización es la promoción turística del Estado de Guerrero. La estructura operativa actual consiste en la creación de fideicomisos de ámbito municipal en los principales destinos de la entidad, para que recauden el impuesto al hospedaje que la ley hacendaria del estado establece un porcentaje del 3% sobre el costo de la prestación del servicio hotelero, incluyendo departamentos y casas de renta (Gobierno del Estado de Guerrero, 2016). Este impuesto al hospedaje servirá para realizar “programas de promoción y publicidad que tengan como objetivos incrementar cuantitativa y cualitativamente los flujos turísticos” según lo señala el artículo 57(*Ibid*)

Sin embargo, los fideicomisos que deben operar la promoción se ajustan a una estructura administrativa descrita en la Ley 494 (en los casos de Ixtapa Zihuatanejo es una Asociación Civil denominada Oficina de Convenciones y Visitantes, A.C. y de Taxco de Alarcón denominada Oficina de Convenciones y Visitantes de Taxco, A.C.) La operación de Asociaciones Civiles en el manejo de recursos públicos resulta difícil de comprender, aun cuando los resultados de promoción y publicidad de los destinos son buenos.

La propuesta de Ley (Tabla 1) señala que los fideicomisos y las Asociaciones Civiles dejen de operar los recursos públicos derivados de la recaudación del impuesto sobre la prestación del servicio de hospedaje y estos sean administrados por el Consejo de Promoción Turística del Estado de Guerrero (CPTGro) logrando con esto la unificación de los esfuerzos de promoción de la entidad, siendo equitativo a los aportes de recursos para su promoción, sin olvidar los destinos incipientes que requieren esfuerzos coordinados para posicionarlos como atractivos turísticos, ejemplos de estos serían playas de Papanaoa, Troncones y La Saladita, Playa Ventura, Riviera San Marcos, Riviera Coyuca de Benítez, Papalutla, Chichila entre otros.

Tabla 1. Propuesta de cambios en la normatividad de la promoción turística

Ley 494 vigente	Propuesta de Ley
Título Sexto. De la promoción y fomento al turismo. Capítulo I. Del consejo de promoción turística en el estado	CAPÍTULO II De las atribuciones del Gobernador del Estado Artículo 12. ...son atribuciones del Gobernador del Estado, que se ejercerán por sí mismo o a través de la Secretaría: XI. Crear, fusionar o extinguir fideicomisos y oficinas de convenciones y visitantes, en materia de promoción turística;
Art. 75 Con el objeto de potenciar la promoción nacional e internacional de la oferta turística del estado, se crea el Consejo de Promoción Turística del Estado de Guerrero.	TÍTULO QUINTO De la Promoción y Fomento del Turismo CAPÍTULO I Del Consejo de Promoción Turística del Estado Artículo 47. El Consejo de Promoción Turística del Estado de Guerrero es el organismo público descentralizado especializado y responsable de la

	promoción nacional e internacional de la oferta turística del estado. Este Consejo tendrá el patrimonio, atribuciones y estructura orgánica, que se establezcan en el Reglamento de esta Ley
Art. 76 El Consejo de Promoción promoverá con la participación de instituciones y organizaciones públicas y privadas, la realización de festivales, exposiciones, reuniones de negocios, ferias turísticas, eventos deportivos, artísticos, culturales y los demás que se orienten a la promoción y difusión de los atractivos y destinos turísticos del Estado.	Artículo 48. Serán atribuciones y facultades del Consejo de Promoción Turística: I. Promover los destinos turísticos del estado a través de la realización de festivales, exposiciones, reuniones de negocios, congresos, ferias turísticas, eventos deportivos, artísticos, culturales y otros. II. Diseñar e implementar estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional. III. Aplicar de manera responsable y transparente los recursos destinados a su objeto. IV. Solicitar el apoyo de las dependencias, entidades y organismos federales en materia de promoción turística. Además de aquellos que se orienten a la promoción y difusión de los atractivos y destinos turísticos del estado.
Art. 77 En los eventos que señala el artículo anterior, el Consejo de Promoción otorgará reconocimientos a los prestadores de servicios turísticos que se destaquen por su interés, creatividad, inversión, atención y promoción de la actividad turística del Estado y por la calidad de sus servicios, de acuerdo a la convocatoria que para el efecto se expida.	Artículo 49. El Consejo de Promoción Turística se integrará por: I. El Gobernador del Estado, en calidad de Presidente Honorario; II. Un Presidente del Consejo de Promoción Turística, que será designado por el Gobernador del Estado a propuesta de una terna del Secretario y que permanecerá en su encargo por un periodo de tres años sin posibilidad de ser designado para el periodo inmediato; III. Un Secretario Técnico, quien será designado por el Titular de la Secretaría. IV. Los presidentes municipales del estado o quienes designen los consejos municipales que contribuyan con el impuesto sobre hospedaje, en calidad de vocales, cuya suplencia la ocupará el responsable del área turística en el municipio; V. Un representante del colegio de profesionistas en el ramo turístico.

	VI. Un representante de la Facultad de Turismo de la Universidad Autónoma de Guerrero. VII. Cinco representantes de las organizaciones de prestadores de servicios turísticos del Estado a propuesta del Presidente del Consejo. Cuando el pleno del Consejo conozca asuntos relacionados con municipios distintos a los señalados en este artículo, invitará a participar con voz al presidente municipal correspondiente.
Art. 78 El Consejo de Promoción Turística tendrá el patrimonio, atribuciones, estructura orgánica, órganos de dirección e integrantes de los mismos que se establezcan en el Acuerdo que le dé vida y en su reglamento interno y se regirá por esta Ley, así como por la Ley Número 690 de Entidades Paraestatales del Estado de Guerrero.	Artículo 50. El patrimonio del Consejo de Promoción Turística se integrará, entre otros, por: I. La recaudación del Impuesto sobre Hospedaje establecido en la Ley de Hacienda del Estado de Guerrero; II. Los fondos especiales que en su caso asignen el Gobierno del Estado y los Ayuntamientos, III. Los recursos, aportaciones y donaciones que obtenga de dependencias y entidades federales y de organismos públicos, sociales y privados de carácter nacional e internacional, IV. Las marcas, logotipos y lemas que registre cada uno de los destinos turísticos de la entidad, conservando el Gobierno del Estado los derechos de autoría; así como, las obras intelectuales creadas expresamente para la promoción turística, La Secretaría coadyuvará con los municipios en el diseño y elaboración de las obras intelectuales que se señalan en la fracción IV de este artículo, para fines de su imagen turística. El patrimonio de este Consejo establecido en las fracciones I, II, III y IV se destinará exclusivamente para la promoción de los productos y destinos turísticos del estado. Los ingresos generados por concepto del impuesto sobre hospedaje a que hace referencia la fracción I de este artículo, se distribuirán en acciones de promoción de manera proporcional a las aportaciones que para tal efecto realicen los municipios, el cual será ejercido de forma exclusiva por este Consejo.

Art. 79 El Consejo de Promoción Turística tendrá el objeto de diseñar y realizar las estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional, en coordinación con los Fideicomisos para la Promoción Turística de Acapulco y Taxco y los que en el futuro se creen o fusionen, así como con la Oficina de Convenciones y Visitantes de Ixtapa-Zihuatanejo. El Consejo de Promoción Turística optimizará y transparentará efectiva y verazmente los recursos destinados a su objeto y estará sectorizado a la Secretaría.	
Art. 80 El Consejo de Promoción Turística tendrá una Junta de Gobierno que se integrará por: I. El ciudadano Gobernador del Estado, en calidad de Presidente Honorario, cuya suplencia la ocupará el secretario General de Gobierno o quien él Gobernador designe; mismo que en caso de ser necesario contará con voto de calidad; II. Un Presidente del Consejo de Promoción Turística, que será el Secretario de Fomento Turístico; III. Un Secretario Ejecutivo, quien será designado por el Secretario de Fomento Turístico con la anuencia del Titular del Poder Ejecutivo del Estado; IV. Los titulares de las dependencias y entidades del Gobierno del Estado que participan en la Comisión Intersecretarial de Turismo, en calidad de vocales, cuya suplencia la ocupará quien ellos designen; V. Los presidentes municipales de Acapulco, Zihuatanejo y Taxco, en calidad de vocales, cuya suplencia la ocupará el Director de Turismo Municipal o quien ellos designen; VI. Los Presidentes de los Comités técnicos de los Fideicomisos Municipales para la Promoción Turística y en su caso de las Oficinas de Convenciones y Visitantes existentes en la entidad, en calidad de vocales, cuya suplencia la ocupará quien ellos designen; VII. El Presidente de la Comisión de Turismo del Congreso del Estado, en calidad de vocal, cuya suplencia la ocupará cualquier otro Diputado integrante de la referida Comisión; que él designe; VIII. Un representante de los trabajadores del ramo, en calidad de vocales, cuya suplencia la ocupará quien él designe; IX. Las autoridades y organismos federales en la materia que se establezcan en el Reglamento de esta Ley y en el Acuerdo que lo crea. Cuando la Junta de Gobierno conozca asuntos relacionados con municipios distintos a los señalados en este artículo, invitará a participar con voz y voto al presidente municipal correspondiente.	
Art. 81 El patrimonio del Consejo de Promoción Turística se integrará, entre otros, por: I. La recaudación del Impuesto por la Prestación de Servicios de Hospedaje establecido en la Ley de Hacienda del Estado de Guerrero, que no se entere a los Fideicomisos para la Promoción Turística ya existentes en la entidad; II. Los fondos especiales que en su caso sitúen el Gobierno del Estado y los Ayuntamientos con vocación turística, y III. Los recursos, aportaciones y donaciones que obtenga de dependencias y entidades federales y de organismos públicos, sociales y privados de carácter nacional e internacional.	

Este patrimonio se destinará exclusivamente a la promoción de los destinos turísticos del estado.	
Art. 82 Las dependencias del Gobierno del Estado y los Ayuntamientos, en el marco de sus competencias, coadyuvarán con el Consejo de Promoción en el desarrollo de campañas de promoción turística en el territorio nacional y en el extranjero. En su caso, el Consejo de promoción podrá requerir del apoyo de las dependencias, entidades y organismos federales en la materia.	
Capítulo II. De los fideicomisos para la promoción turística	
Art. 83 En los municipios con vocación turística del Estado se constituirán Fideicomisos para la Promoción Turística, que serán creados mediante acuerdo emitido por el Gobernador del Estado, y publicado en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado. El Gobierno del Estado será el Fideicomitente de dichos Fideicomisos.	
Art. 84 Los Fideicomisos Municipales para la Promoción Turística, contarán con un Comité Técnico que se conformará como mínimo con los integrantes que a continuación se describen: A. Integrantes con voz y voto: I. El Ciudadano Gobernador del Estado, en calidad de Presidente Honorario, cuya suplencia la ocupará el Secretario de Fomento Turístico; mismo que en caso de ser necesario contará con voto de calidad; II. Un Presidente del Comité, designado por el titular del Poder Ejecutivo del Estado; III. Un Secretario, designado por el Presidente del Comité con la anuencia del Titular del Poder Ejecutivo del Estado; IV. El Secretario de Finanzas y Administración del Estado, en calidad de vocal, cuya suplencia la ocupará quien él designe; V. El Secretario de Fomento Turístico del Estado, en calidad de vocal, cuya suplencia la ocupará quien él designe; VI. El Secretario Ejecutivo del Consejo de Promoción Turística, en calidad de vocal, cuya suplencia la ocupará quien él designe; VII. El Presidente del Municipio que corresponda, en calidad de vocal, cuya suplencia la ocupará el Director de Turismo Municipal o quien el propio Presidente Municipal designe; VIII. El Presidente de la Comisión de Turismo del Congreso del Estado, en calidad de vocal, cuya suplencia la ocupará cualquier otro diputado integrante de la referida Comisión que él designe, y IX. Tres representantes de las organizaciones de prestadores de servicios turísticos existentes en el municipio que corresponda, en lo que respecta a propietarios o administradores de hoteles y restaurantes, del tiempo compartido y la multipropiedad y del alojamiento turístico eventual, quienes se integraran en calidad de vocales, cuya suplencia la ocupará quienes ellos designen. B. Integrantes con Voz: I. Por representantes de organizaciones, en lo que respecta a desarrolladores inmobiliarios, discotecas, comerciantes, transportistas, y agencias de viajes, invitados por el presidente del Comité. II. Un representante de los trabajadores del ramo, cuya suplencia la ocupará quien él designe.	

La estructura descrita no es limitativa en cuanto al número de integrantes que se podrán considerar para la conformación de los Fideicomisos para la Promoción Turística, quedando al libre albedrío del Comité Técnico determinar la cantidad conveniente de representantes, debiendo quedar establecida en el Reglamento Interior del Fideicomiso correspondiente.	
Art. 85 El Patrimonio de los Fideicomisos para la Promoción Turística se integrará con: I. Los ingresos que en el Municipio de que se trate se obtengan por concepto del Impuesto sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje en los términos que señale la Ley de Hacienda del Estado de Guerrero Número 428; II. Las aportaciones que, en su caso, realicen los Gobiernos Estatal y Municipal; III. Las aportaciones que efectúen los particulares; IV. Los recursos que el propio Fideicomiso genere; y V. Los demás recursos que obtengan por cualquier otro título legal.	
Art. 86 Los Fideicomisos para la Promoción Turística, tendrán los siguientes objetivos: I. La creación de fondos autónomos, custodiados, invertidos y administrados por el Fiduciario, destinados única y exclusivamente al financiamiento y pago de actividades vinculadas a la promoción turística nacional e internacional de los municipios en que se constituyan; II. Planear, organizar, ejecutar, desarrollar, supervisar y evaluar programas de promoción y publicidad a efecto de incrementar cuantitativa y cualitativamente los flujos turísticos hacia los destinos turísticos que correspondan; III. Asociarse con el Consejo Para la Promoción Turística para conjuntar esfuerzos e instrumentar campañas nacionales e internacionales de promoción y desarrollo turístico; IV. Coadyuvar con el Gobierno del Estado en el diseño de los planes, programas, estrategias y prioridades en materia de promoción y desarrollo turístico, en el marco de la Ley de Planeación para el Estado de Guerrero y del Programa del Sectorial de Turismo; V. Realizar trabajos y estudios relativos al cumplimiento de sus objetivos; VI. Proporcionar por cualquier medio, información turística especializada a los turistas nacionales y extranjeros que pretendan visitar los destinos y atractivos turísticos del Estado; VII. Proporcionar bienes o servicios inherentes a sus objetivos; VIII. Suscribir convenios para instrumentar campañas de promoción y desarrollo turístico; IX. Fomentar con la participación de los sectores público y privado la promoción de los atractivos y servicios turísticos del Estado; X. Promover el cuidado de la imagen turística del municipio y del estado, y XI. Todas aquellas que sean necesarias para la realización de sus objetivos.	
Art. 87 Los Fideicomisos para la Promoción Turística que se establezcan con sujeción a esta Ley coordinarán esfuerzos con las diversas entidades de Promoción Turística y Centros de	

Convenciones que la Iniciativa Privada y los Gobiernos Federal, Estatal o Municipal tengan en cada caso establecidas en los municipios con vocación turística del Estado.	
Art. 88 La estructura y funcionamiento de los Fideicomisos para la Promoción Turística, se establecerán en su Reglamento Interno.	

Fuente: Ley 494 del Estado de Guerrero y propuestas propias.

b. La oferta extrahotelera en los destinos turísticos

El alojamiento turístico eventual o también denominado oferta extrahotelera día con día crece en la proporción de cuartos o habitaciones ofertadas, así también evoluciona su distribución y venta a través de plataformas electrónicas nacionales e internacionales. Todos los destinos turísticos en el mundo han manifestado esta situación.

Sin embargo, esta actividad requiere de una efectiva supervisión y regulación por parte de las autoridades turísticas en la entidad. Se estima sin ser una cifra oficial que los cuartos extrahoteleros superan en 2 a 1 a la oferta hotelera formal. Es decir, si en Acapulco se cuenta con 20,000 cuartos hoteleros formales, la oferta extrahotelera será del orden de los 40,000 cuartos, incluyendo casas, departamentos, villas entre otros.

El uso de plataformas electrónicas que se comercializan en internet ha hecho muy popular la renta de hospedaje extrahotelero, por la sencillez y facilidad de acceder a reservaciones que ofrecen diferentes precios, calidad y comodidad del alojamiento.

La propuesta de actualización de la ley (Tabla 2) se enfoca en hacer efectivo el padrón de prestadores de alojamiento eventual extrahotelero, incorporándolos al Registro Estatal de Turismo (RET) para contar con padrón confiable. Así también se busca establecer coordinación con las plataformas de reservación en línea, para la captación de impuestos sobre la prestación del servicio de hospedaje y así contribuir en las actividades de promoción y mejora de infraestructura del destino turístico.

Existen convenios con las principales plataformas de reservación de hospedaje extrahotelero para retener los impuestos federales y estatales, sin embargo, es necesario también asegurar el impuesto del 3% al hospedaje.

Tabla 2. Propuestas de cambio en la regulación de la oferta extrahotelera

Ley 494 Vigente	Propuesta de Ley
Art. 2 Esta Ley tiene por objeto: XV. Regular el Alojamiento Turístico Eventual, también conocido como oferta extra hotelera, que para efectos de esta Ley se entiende como el servicio de hospedaje que se brinda a turistas en casas, departamentos, villas, condominios y todo tipo de instalaciones no hoteleras, por periodos no mayores a 3 meses.	CAPÍTULO VIII Del Alojamiento Eventual Extrahotelero
Art. 4 Para los efectos de esta Ley, se entenderá por: XLI. Padrón Estatal del Alojamiento Turístico Eventual: Catálogo público de este servicio en el Estado de Guerrero, también conocido como oferta extrahotelera. Los padrones a que hacen referencia las fracciones XXXIX, XL y XLI de este artículo, estarán a cargo de la	Artículo 32. Las personas físicas o morales que destinen total o parcialmente casas, departamentos, residencias, villas, condominios y todo tipo de instalaciones no hoteleras al Alojamiento Eventual Extrahotelero en el Estado de Guerrero, por sí o por interpósita persona física o moral, deberán cumplir con la

Dirección General de Calidad y Regulación Turística de la Secretaría. XLII. Alojamiento Turístico Eventual: El ofrecido por personas físicas y/o morales que presten servicio de hospedaje en casas, departamentos, residencias, villas, condominios y todo tipo de instalaciones no hoteleras, por periodos no mayores a 3 meses, con o sin prestación de servicios complementarios.	normatividad aplicable y contribuir con el impuesto sobre hospedaje que establece la Ley de Hacienda del Estado de Guerrero. En caso de que la prestación de dicho servicio se contrate por intermediarios mediante el uso de tecnologías de la información y plataformas digitales; el impuesto será retenido y reportado a la autoridad fiscal competente por el intermediario.
Art. 42 Las personas físicas o morales que destinen casas, departamentos, residencias, villas, condominios y todo tipo de instalaciones no hoteleras al Alojamiento Turístico Eventual en el estado de Guerrero, deberán cumplir con la normatividad aplicable y contribuir con el impuesto sobre la prestación de servicios de hospedaje que establece la Ley de Hacienda del Estado de Guerrero número 428.	Artículo 33. Los prestadores del servicio de Alojamiento Eventual Extrahotelero deberán inscribirse en el Registro Estatal de Turismo, debiendo cumplir con los requisitos y el pago de derechos correspondientes contenidos en el Reglamento de esta Ley, además de la contratación de un seguro de daños y de responsabilidad civil establecido en la Norma Oficial Mexicana correspondiente.
Art. 43 Los prestadores del servicio de Alojamiento Turístico Eventual se inscribirán en el Padrón Estatal de Alojamiento Turístico Eventual, debiendo cumplir con los requisitos y el pago de derechos correspondientes. Para la inscripción en el Padrón Estatal de Alojamiento Turístico Eventual se deberá presentar lo siguiente: I. La Escritura en el caso del propietario; II. El Poder y copia de la escritura en caso del administrador o representante legal; III. El Seguro de responsabilidad civil, y IV. El Pago de derechos ante la Secretaría de Finanzas y Administración.	Artículo 34. A partir de su inscripción en el Registro Estatal de Turismo, los proveedores de Alojamiento Eventual Extrahotelero podrán efectuar las campañas de promoción, publicidad y ventas que para tal efecto consideren convenientes y en cumplimiento con lo dispuesto en la presente Ley y su Reglamento.
Art. 44 No podrá efectuarse ninguna clase de promoción, publicidad, oferta ni celebración de contratos que tengan por objeto proporcionar Alojamiento Turístico Eventual, incluyendo la promoción en medios electrónicos, sin que previamente el inmueble y el prestador de servicios se hayan inscrito en el Padrón correspondiente del Registro Estatal de Turismo. Para tal efecto, la Dirección General de Calidad y Regulación Turística emitirá el certificado de autorización de operación anual, previo cumplimiento de lo dispuesto en el artículo que antecede.	

Fuente: Ley 494 del Estado de Guerrero y propuestas propias.

c. Sistema de información turística: observatorio turístico de Guerrero

En la ley 494 vigente, para la obtención de información turística se crea un Sistema de Investigación y Estadísticas Turísticas, bajo la estructura administrativa de la propia Secretaría de Turismo Estatal, que abordará el comportamiento de la inversión y los mercados turísticos, colaborando en la toma de decisiones apropiadas en favor del desarrollo turístico integral de la entidad.

Sin embargo, de acuerdo con la información difundida de manera pública, los indicadores y análisis realizados no parecen abarcar más que ciertos indicadores básicos, la ocupación hotelera y habitaciones disponibles, la afluencia turística en sus distintas

modalidades (terrestre, aérea y marítima) y gasto turístico por diferentes sectores (geográfico, social y de mercado)

La información que se ofrece a los empresarios para su toma de decisiones es muy limitada. La idea es ofrecer un organismo especializado en el análisis de tendencias y mercados, con investigaciones detalladas y pertinentes que obtenga información valiosa en la toma de decisiones.

Un organismo con desempeño independiente a la jerarquía de la Secretaría de Turismo, autónomo y descentralizado, de preferencia radicado en las instalaciones de una Institución de Educación Superior (IES) que aproveche sus recursos humanos especializados y la experiencia en las actividades de investigación turística.

Bajo estas premisas se propone la creación del Observatorio Turístico del Estado de Guerrero (OTEGRO) como un organismo autónomo y descentralizado de la administración pública estatal, proponiéndose su operación en las instalaciones de la Facultad de Turismo de la Universidad Autónoma de Guerrero (UAGro) en virtud que dicha institución cuenta con un amplio claustro de profesores con grados académicos de maestría y doctorado y experiencia en la investigación del turismo, además de programas académicos de licenciatura y maestría en turismo.

En el siguiente articulado (Tabla 3) se proponen objetivos y elementos rectores de su funcionamiento.

Tabla 3. Propuestas de cambio en el organismo de estadísticas turísticas

Ley 494 vigente	Propuesta de Ley
Capítulo III Del Sistema de Investigación y Estadísticas Turísticas	CAPÍTULO XI Del Observatorio Turístico del Estado de Guerrero
Artículo 66. La Secretaría creará, coordinará y operará el Sistema de Investigación y Estadísticas Turísticas del Estado, con el fin de contar con sustentos técnicos permanentes y confiables sobre el comportamiento de la inversión y los mercados turísticos, que orienten y coadyuven a la toma de decisiones adecuadas en favor del desarrollo turístico integral de la entidad. El personal encargado del Sistema contará con el perfil y conocimientos adecuados en la materia y con experiencia directa dentro del sector. El Sistema tendrá un Director General, que será nombrado por el Secretario de Fomento Turístico.	Artículo 38. Se instituirá el Observatorio Turístico, como un Organismo Público Descentralizado de la Administración Pública Estatal, con personalidad jurídica y patrimonio propio, teniendo su sede en la Facultad de Turismo de la Universidad Autónoma de Guerrero.
Artículo 67. El Sistema considerará como campo de acción en su más amplia conceptualización y de manera permanente; la investigación y análisis del comportamiento turístico en los ámbitos municipal, regional, estatal, nacional e internacional. La estructura, responsabilidades y funcionamiento del Sistema, se establecerán en el reglamento interior de la Secretaría.	Artículo 39. El Observatorio Turístico del Estado de Guerrero es el instrumento cuyo propósito es observar, medir y verificar la evolución del sector turístico para generar información cuantitativa y cualitativa de manera sistemática. La integración, funcionamiento y demás disposiciones relativas a este organismo se regirán por su Reglamento respectivo.

Fuente: Ley 494 del Estado de Guerrero y propuestas propias.

d. Competitividad y profesionalización en la prestación del servicio turístico

Uno de los factores que permiten a los destinos turísticos ser más competitivos, es la profesionalización de sus recursos humanos, que estos obtengan más habilidades y conocimientos mediante una mejor formación académica y/o capacitación profesional en el trabajo.

Los organismos promotores de estas acciones de profesionalización y competitividad, generalmente se coordinan con otros organismos para generar mejores formas que formar a los prestadores de servicios turísticos. Tal es el caso de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social del Gobierno del Estado de Guerrero que mediante convenios con el Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales (CONOCER) elaboran y programan cursos de capacitación para trabajadores del sector turístico.

Sin embargo, si es importante que los organismos promotores de la profesionalización de prestadores de servicios turísticos estén fuera de la influencia de los organismos rectores de la actividad, y sean promovidos por organismos autónomos desconcentrados y radicados de preferencia en Instituciones de Educación Superior (IES) esto asegurará que sus programas y acciones no estén a vaivenes de los tiempos políticos.

La propuesta de Ley atiende esta sugerencia (Tabla 4) para otorgarle personalidad jurídica y patrimonio propio a fin de tener una actuación independiente y enfocada en resultados.

Tabla 4. Propuestas de cambio en el organismo para la profesionalización turística

Ley 494 vigente	Propuesta de Ley
CAPÍTULO X De la Competitividad y Profesionalización en la Actividad Turística	CAPÍTULO X De la Competitividad en la Actividad Turística
Artículo 47. Corresponde a la Secretaría, en coordinación con las dependencias y entidades federales, estatales y municipales competentes, promover la competitividad, la calidad y la buena imagen de la actividad turística, mediante: I. La formulación de políticas públicas, modelos y acciones que incrementen la calidad, la buena imagen y la competitividad de los establecimientos y servicios turísticos de la entidad; II. La profesionalización y capacitación de quienes laboran en empresas turísticas o prestan servicios en la actividad y la certificación de sus competencias laborales; III. La modernización e innovación de las empresas y servicios turísticos; IV. El otorgamiento de reconocimientos por parte de la Secretaría a los prestadores de servicios turísticos que se destaquen por su interés, creatividad, inversión, promoción y capacitación en la actividad turística o en la captación de turistas, de acuerdo con los lineamientos que establezca la propia Secretaría; V. El diseño y ejecución de acciones de coordinación y colaboración entre dependencias y entidades de los tres órdenes de gobierno para la promoción y establecimiento de empresas turísticas; VI. La realización de acciones para favorecer las inversiones y proyectos turísticos de alto impacto, así como agilizar los trámites y procedimientos administrativos que faciliten su desarrollo y conclusión; y VII. Fomentar entre los prestadores de servicios turísticos la contratación de trabajadores de alta calificación profesional y técnica, provenientes de instituciones educativas públicas y privadas especializadas en turismo.	Artículo 36. Se crea el Instituto de Competitividad Turística del Estado de Guerrero, como un Organismo Público Descentralizado de la Administración Pública Estatal, con personalidad jurídica, patrimonio propio y con una partida presupuestal asignada para el logro de sus fines.

Artículo 48. La Secretaría, en coordinación con las instituciones de educación superior y postgrado, realizará estudios e investigaciones en materia turística para orientar la toma de decisiones; asimismo, favorecerá la capacitación turística dirigida al personal de empresas públicas, privadas y sociales vinculadas con la actividad turística. La Secretaría participará en la elaboración de lineamientos, contenidos y programas a fin de promover y facilitar la certificación de competencias laborales.	Artículo 37. Corresponde a la Secretaría, a través del Instituto de Competitividad Turística del Estado de Guerrero, en coordinación con las dependencias y entidades federales, estatales y municipales competentes, promover la capacitación, la competitividad y la calidad de la actividad turística. La integración, funcionamiento y demás disposiciones relativas a este Instituto se regirán por su Reglamento respectivo.
Artículo 49. La Secretaría formulará recomendaciones a las instancias educativas competentes, para que se promueva a través de libros de texto o cualquier otro medio didáctico, físico o digital, el significado de la actividad turística, su importancia para el Estado, y la necesaria capacitación y formación de profesionales en esta actividad.	
Artículo 50. Con la finalidad de promover un servicio de calidad turística en la entidad, la Secretaría, en coordinación con las Secretarías del Trabajo y Previsión Social estatal y federal, establecerá programas de capacitación para los trabajadores y empleados que presten servicios turísticos. En los citados programas se deberá considerar la instrucción para la adecuada atención a las personas con discapacidad. A su vez, serán incluidos en los programas de capacitación, materias referentes a la cultura de la legalidad para fomentar la protección de los niños, niñas y adolescentes frente a la explotación sexual y/o laboral en la industria turística. Estos programas deberán de ser difundidos entre los prestadores de servicios turísticos, quienes podrán solicitar o realizar por si mismos cursos de capacitación para su personal.	
Artículo 51. La Secretaría en coordinación con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social del Estado, promoverán que las instituciones educativas, cámaras empresariales y los sindicatos brinden cursos de capacitación a los trabajadores del sector. Asimismo, se coordinarán con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social federal, con otras dependencias y entidades estatales y municipales y organismos de los sectores social y privado, a efecto de obtener su asesoría y colaboración para la impartición de cursos de capacitación turística, tanto a prestadores de servicios turísticos, como a servidores públicos (sic)	

Fuente: Ley 494 del Estado de Guerrero y propuestas propias.

e. El Consejo Consultivo Estatal de Turismo

Los consejos consultivos son espacios de expresión de ideas y argumentos que lograr enriquecer el trabajo colectivo en beneficio de la actividad turística de un destino o área geográfica con vocación turística.

Para nuestra entidad resulta importante contar con estos mecanismos de consenso y legitimación de las acciones que buscan promover, fortalecer y mejorar la actividad turística.

Pero también es primordial ampliar la base de participaciones de la sociedad civil, incluyendo empresarios, prestadores de servicios, sector académico, sector intelectual y los necesarios para generar propuestas de visiones diferentes.

En la propuesta de ley (Tabla 5) se busca mejorar esta base de participaciones, incorporando sectores diversos vinculados a la actividad turística en la entidad, y por supuesto la participación de las correspondientes autoridades de los municipios de vocación turística.

Tabla 5. Propuestas de cambio en la integración del Consejo Consultivo de Turismo

Ley 494 vigente	Propuesta de Ley
Artículo 4o. Para los efectos de esta Ley, se entenderá por: XI. Consejo: El Consejo Consultivo de Turismo del Estado de Guerrero;	TÍTULO TERCERO De los Órganos Colegiados con Participación Social CAPÍTULO ÚNICO Del Consejo Consultivo de Turismo
Artículo 16. Corresponden a los Ayuntamientos, de conformidad con lo dispuesto en esta Ley, las siguientes atribuciones: V. Establecer el Consejo Consultivo Municipal de Turismo, en los términos de esta Ley y su reglamento, así como de las decisiones que al respecto tome el ayuntamiento donde se instituye.	
Artículo 19. El Consejo Consultivo de Turismo es un órgano colegiado de consulta de la Secretaría, que tiene por objeto formular y proponer estrategias y acciones en la materia, con el fin de lograr el desarrollo integral y el buen desempeño de la actividad turística en el estado. El Consejo será presidido por el titular del Ejecutivo Estatal, quién podrá delegar esta responsabilidad en el Secretario de Fomento Turístico, el cual en su caso lo presidirá y tendrá voto de calidad, y estará integrado por los titulares, o sus representantes debidamente acreditados y autorizados para tomar decisiones; de las dependencias y entidades de la administración pública relacionadas con la actividad turística y los presidentes municipales de Acapulco, Zihuatanejo y Taxco, así como por representantes del sector académico, de los prestadores de servicios y de los trabajadores del ramo, conforme a lo que establezcan las disposiciones reglamentarias. Cuando el Consejo Consultivo conozca asuntos relacionados con municipios distintos a los señalados en el párrafo anterior, invitará a participar al Presidente Municipal correspondiente, el cual participará con voz y voto. Asimismo, podrán ser invitadas las dependencias, entidades y demás instituciones públicas, federales, estatales o municipales, privadas y sociales, que se determine y personas relacionadas con el turismo, las cuales participarán únicamente con derecho a voz.	Artículo 19. El Consejo Consultivo de Turismo es un órgano colegiado de consulta de la Secretaría, que tiene por objeto formular y proponer estrategias y acciones en la materia, con el fin de lograr el desarrollo integral y el buen desempeño de la actividad turística en el estado. Este Consejo estará integrado de manera permanente por el titular de la Secretaría, quien podrá delegar sus atribuciones en el funcionario público del nivel inmediato inferior con el rango de subsecretario; la presidencia de la Comisión de Turismo en el Congreso del Estado; así como los presidentes municipales de los municipios con vocación turística; el Rector de la Universidad Autónoma de Guerrero; representantes de los Colegios de Profesionistas y representantes de los prestadores de servicios y de los trabajadores del ramo, conforme a lo que establezcan las disposiciones reglamentarias. La participación de los Consejeros Permanentes es una labor honoraria por lo que no podrán recibir pago alguno por dichas actividades. Cuando el Consejo Consultivo conozca asuntos relacionados con municipios distintos a los señalados en el párrafo anterior, invitará a participar al Presidente Municipal correspondiente, el cual participará con voz. Habrà un secretario técnico del Consejo, quien será nombrado por el propio Consejo, a propuesta del titular de la Secretaría.

Habrá un secretario técnico del Consejo, quien será nombrado por el propio Consejo, a propuesta del Secretario de Fomento Turístico. Las atribuciones, estructura, y funcionamiento del Consejo y del Secretario Técnico, se establecerán en el Reglamento de esta Ley.	Las atribuciones, estructura, y funcionamiento del Consejo y del Secretario Técnico, se establecerán en el Reglamento de esta Ley.

Fuente: Ley 494 del Estado de Guerrero y propuestas propias

Discusiones finales y propuestas

La necesidad de actualizar el marco jurídico del sector turismo en el estado de Guerrero obedece a las siguientes razones:

- a) La actual Ley 494 data de julio de 2014, tiempo en el cual se han presentado muchos avances en la comercialización del producto turístico, principalmente en plataformas electrónicas.
- b) La promoción turística a raíz de la desaparición del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) debe encauzarse a unificar esfuerzos de los diferentes destinos turísticos de la entidad y aprovechando esa fortaleza, coadyuvar en la promoción de destinos incipientes, pero con alto potencial de desarrollo de regiones con marginación económica y social.
- c) La medición de los resultados de las políticas turísticas requiere de metodologías acordes con los lineamientos de la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2008) pero, sobre todo, se requieren mecanismos que aseguren total accesibilidad de la información para los distintos sectores involucrados en la actividad, con el fin de fortalecer la toma de decisiones de empresarios, gobierno, sector académico y social (OMT, 2016)
- d) El sector de los servicios turísticos en el principal motor de desarrollo económico en la entidad, y la vigencia en la prestación del servicio por el personal requiere de una constante capacitación y concientización de la importancia de esta actividad. Debe existir un organismo autónomo que promueva esta formación e instrucción del servicio, con objetivos claros y precisos y atendiendo las necesidades reales en coordinación con las empresas turísticas.
- e) Como efecto derivado de la actualización del marco jurídico de la actividad turística, se renovará el Reglamento de la ley, a fin de adecuar los temas que competen a la actividad.
- f) Existen otros temas que forman parte de la Ley 494 pero que tienen un marco jurídico propio para su funcionamiento, tal es el caso de la Promotora Turística de Guerrero, el Centro Internacional Acapulco (CIA) y el tema del tiempo compartido en el estado que tiene una ley que data del 3 de noviembre de 1989 y que necesita actualizarse a los nuevos esquemas de comercialización y disfrute del producto.

Referencias

- Benjamín Higgins, Donald J. Savoie** (2017) *Regional Economic Development: Essays in honour of Francois Perroux*. Routledge Library Editions. Canada.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión** (2009) *Ley General de Turismo*. México: Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión.
- Facal, J., & Echeverría, M. P.** (2008). Apuntes para una reforma de la Ley de Turismo de Uruguay. *Revista Aragonesa de Administración Pública*, (32), 521-538.
- Gargarella, Roberto.** Universidad de Buenos Aires. Necesidad y procedimiento de la Reforma Legal. Disponible en: <http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/pensar-en-derecho/revistas/0/necesidad-y-procedimiento-de-la-reforma-legal.pdf> (Consultado el 10 de febrero de 2023)
- Gobierno del Estado de Guerrero** (2004) *Ley Número 137, de Turismo del Estado de Guerrero*. Chilpancingo: Consejería Jurídica del Gobierno del Estado de Guerrero
- Gobierno del Estado de Guerrero** (2014) *Ley Número 494 de Fomento y Desarrollo Turístico para el Estado y los Municipios De Guerrero*. Chilpancingo: Consejería Jurídica del Gobierno del Estado de Guerrero.
- Gobierno del Estado de Guerrero** (2016) *Ley Número 149 de Hacienda del Estado de Guerrero*. Chilpancingo: Consejería Jurídica del Gobierno del Estado de Guerrero.
- Organización Mundial del Turismo** (2010) *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. Madrid: OMT.
- Organización Mundial del Turismo** (2016) *Compilación de recomendaciones de la OMT, 1975-2015*. Madrid: OMT.

Destinos turísticos inteligentes, variables y etapas primarias

Benjamín Antonio Ceballos Ceballos¹

Resumen

Las Tecnologías de Información y Comunicación, se encuentran produciendo grandes cambios en las sociedades del mundo y en la vida de las personas, habiendo dado inicio a una revolución social, económica y cultural. Éstas obtuvieron un gran incremento en su uso debido al fenómeno de la pandemia, logrando una importante consolidación. Además, la tecnología se ha convertido en una parte central del turismo, en el cual si sus ofertas pueden aprovechar la información proporcionada por la tecnología, estará mejor preparado que nunca para complacer a los viajeros. Así que, si apenas unos meses atrás la realidad virtual, el big data y el aprendizaje automático, estaban cada vez más integrados en las estrategias y planes de los grandes operadores turísticos, la tendencia actual es que se utilicen en las ciudades inteligentes o smart cities surgiendo los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), y para convertir un Destino Turístico (DT) a un Destino Turístico Inteligente (DTI) se sigue un proceso que permite al destino organizar sus planes de acción y procesos de transformación y determinar en qué etapa se encuentra, siendo las fases o etapas siguientes: Fase de autoevaluación/diagnóstico, Fase de preparación, Transformación inicial, Transformación media, Transformación avanzada, Transformación total y Fase de mantenimiento/control. Por otro lado, los usuarios están aprendiendo a optimizar el proceso de búsqueda de la información en cualquier tema, representando esto un gran reto para todos los sectores económicos, los cuales necesitan utilizar estrategias nuevas e innovadoras, y dentro de esos sectores se encuentra el turismo.

Esta investigación tiene como objetivo definir las variables y los elementos claves de las etapas primarias de un DTI, a través de un sistema de cuantitativo con el que se tratará de dar respuesta al hipótesis planteada. Como conclusiones preliminares se dilucida de manera clara y precisa que la innovación, la sustentabilidad y la gobernanza son las principales variables en las etapas primarias de un DTI y junto con lo anterior queda en manifiesto los elementos claves para las mismas.

Conceptos clave: Destino Turístico, Destino Turístico Inteligente, estrategias innovadoras.

Introducción

La sociedad del siglo XXI, se encuentra experimentando una serie de procesos de transformación social, económica y cultural; como consecuencia del uso de las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TICs), las cuales ha modificado los sistemas tradicionales de intercambio y cuestionamiento de los principios de organización heredados del siglo XX. Hoy día las plataformas de interacción social y económica de ámbitos virtuales y sobre todo globales, están generando nuevas experiencias sociales, económicas, culturales, políticas e institucionales en la vida de las personas (Giner, 2017).

¹ Mg. Benjamín Antonio Ceballos Ceballos, Fundación Instituto Profesional Duoc UC, Chile, benjaminceballos95@gmail.com

La llegada de Internet y su utilización para la comercialización de artículos y servicios, generó un gran e importante cambio en la forma de comercializar servicios turísticos. Aunado a esto la evolución veloz de la tecnología de los teléfonos móviles, ha permitido el desarrollo de aplicaciones que facilitan la conectividad digital con los comercios en cualquier lugar del mundo. Hoy en día las redes sociales han ganado un enorme peso e influencia en la sociedad, donde las personas comparten por sus redes, opiniones, comentarios y experiencias de viajes (Bastidas, 2020).

Actualmente, la experiencia turística de las personas es reforzada por otras aplicaciones del área de las TICs, como lo serían los sistemas de geolocalización, los de realidad virtual, de realidad aumentada, por lo cual algunos autores han indicado que nos encontramos en la denominada “Industria 4.0”, la cual posee como objetivo la transformación de las empresas en organizaciones inteligentes, generando incremento en las ganancias del negocio (Mora y Guerrero, 2020). Para el logro de lo anterior se requiere de la adopción de nuevas e innovadoras TICs para la progresiva automatización del proceso productivo.

Lo anterior hace vislumbrar que en los próximos años se espera una era en la cual se verán fábricas inteligentes que integrarán lo físico con lo virtual, donde los fabricantes y máquinas compartirán información con la cadena de suministro y donde los procesos estarán optimizados automáticamente, siendo auto-configurables y usarán la inteligencia artificial para ejecutar tareas rigurosas basadas en flujos de trabajo complejos (Llamas, 2012). Así mismo las edificaciones de las ciudades experimentarán cambios, desde cómo se organizan, diseñan y adaptan para darle cabida a la infraestructura de apoyo que requieren las nuevas tecnologías.

Esto supone un incremento en la complejidad de las mismas y a una redefinición de la arquitectura, de estilos de vida y de los espacios usados para la interacción social (Carrasco, 2009). Es así que en el año 1998, la Universidad de Pensilvania, en los EEUU, realizó estudio denominado “*Project Cities*”, en el cual se hizo un seguimiento a las experiencias urbanas ocurridas en veinte ciudades innovadoras, el cual demostró que todas esas ciudades poseían en común en menor o mayor grado un equilibrio entre los aspectos de competitividad económica, cohesión, desarrollo social, sostenibilidad ambiental y cultural, lo que generó el término de “Territorios Inteligentes” (Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, 2015).

En la actualidad los ciudadanos reclaman mejoras en la calidad de vida y las ciudades enfrentan diversos problemas, entre ellos el cómo gestionan la basura, la eficiencia energética, la contaminación ambiental, los cuales son resueltos con limitados recursos. Con el surgir de las nuevas TICs, actualmente se plantean nuevos modelos de gestión con la intención de mejorar la calidad de los servicios, reducir el gasto público y mejorar la toma de decisiones institucionales. De tales situaciones surge el término de “Ciudades Inteligentes”, las cuales son urbes donde se incorporan las TICs en la gestión municipal urbana para la solución de los problemas (Vásquez, 2016).

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (OMT), el año 2019 (previo COVID-19), resultó ser el décimo año de crecimiento consecutivo donde se registraron 1500 millones de turistas internacionales en el mundo. En cuanto a ingresos, los principales diez países reportaron ingresos por un monto global superior a 688.000 millones de dólares americanos. Pero, la llegada de la pandemia supuso un duro golpe, tanto para la economía y

el turismo mundial, en especial en aquellos países donde el turismo es un factor económico de primer orden, ya que por las necesarias y urgentes medidas sanitarias de confinamiento y cuarentena adoptadas en casi todos los países, se alteró el ritmo normal de vida, restringiendo las actividades cotidianas, afectando principalmente a las cadenas globales de suministro, entre otras muchas consecuencias negativas (Organización Mundial del Turismo, 2020).

En este contexto, se fomenta una apuesta por los DTI, y esta apuesta es cada vez más evidente en la literatura turística y en la planificación estratégica de los destinos, aunque no existe una definición consensuada para las variables que lo componen ni estudios acerca de las etapas para que un destino turístico (DT) se convierta en un destino turístico inteligente (DTI). Este hecho hace que sea muy difícil analizar la gestión y el valor añadido del espacio turístico y la conceptualización de este nuevo destino para los turistas, además, no hay seguridad de entender realmente cómo distinguir un DTI de los destinos tradicionales. Como resultado, ciertas inversiones y proyectos pueden no ser reconocidos ni entendidos por turistas y administradores.

Por lo anterior y en especial por la necesidad de priorizar variables más relevantes para el desarrollo de las etapas iniciales de un DTI, surgió la necesidad de confeccionar la presente investigación denominada “Destinos turísticos inteligentes, variables y etapas primarias”

Objetivo general:

- Definir las variables y los elementos claves de las etapas primarias de los DTI.

Objetivos específicos

- Identificar las etapas de un DTI
- Identificar las variables relevantes de las primeras etapas de un DTI
- Priorizar las variables más relevantes de las etapas primarias, a través de encuestas.

Hipótesis

- Es posible priorizar variables más relevantes para el funcionamiento de las etapas iniciales de un DTI.

Marco teórico

Los beneficios producidos por el turismo, a nivel mundial, durante los años 50s y 60s, del siglo pasado generaron que los países occidentales pasaron de ver el turismo como una actividad económica secundaria a generar la creación de departamentos destinados a la promoción y captación de inversiones internacionales (OMT 1983). Al respecto, nos dice la Organización Mundial del Turismo, sobre las responsabilidades que deben tener los Estados con la actividad turística dentro de sus fronteras que "el Estado debe darle al turismo el lugar

que merece dentro de la actividad económica y social de sus respectivos países" (OMT, 1983, p. 169).

En sus inicios, según Fayos (2004), en el turismo moderno, se produjo una importante intervención del Estado, situación que ha cambiado en función del nivel de desarrollo económico que se tenga, el grado de dependencia hacia el turismo, y en especial la orientación ideológica de los gobiernos. Esta política hacia el turismo de masas no tuvo grandes cambios hasta finales de los años 80s e inicio de los 90s. Debido a que en estos años irrumpe intempestivamente la globalización, la cual favorece procesos como la flexibilización de la producción, la competitividad y la segmentación de la demanda, dentro de un proceso de amplia globalización (Romero, 2014).

Entonces, el Estado va reduciendo su intervención a favor de la iniciativa privada y los destinos locales y regionales. Y los importantes beneficios económicos producidos por el turismo generaron que la discusión política no se centrara en la intervención del Estado, sino en la forma de gestionar. En este momento resulta idóneo resaltar que el turismo es un fenómeno que se relaciona directamente con la posición político-económica existente. Sobre lo anterior Michael Hall, manifiesta que las formas en que las políticas turísticas se diseñan poseen implícitos fundamentos teóricos sobre el papel adecuado del Estado, la relación entre el Estado y los demás actores, la selección de la política y la definición de los problemas a resolver (Schenkel & Almeida, 2015).

Según la OMT (2008), el proceso de globalización ha consolidado el liberalismo económico y reducido el peso del Estado, potenciando la acción privada y disminuyendo el gasto público. En tal sentido, se hace interesante observar el recorrido que ha realizado el papel del Estado y la política turística, pues en menos de veinte años pasó de exaltar el papel que debe jugar el Estado, a dar por finalizada la intervención estatal en el área. La OMT afirma que la política turística debe limitarse a garantizar condiciones de competencia en el mercado turístico cuando no existan, ofrecer determinados bienes no rentables para el sector privado, o en su defecto, establecer impuestos, subvenciones y regulaciones, en el caso de Chile, luego de la crisis económica sufrida en el país en la década del 80, se tomaron una serie de medidas las cuales reflejaban la inserción definitiva de Chile en el concierto mundial; en ese sentido, según Arrate y Rojas (2003), entre dichos cambios se incluyeron un amplio programa de privatizaciones y la desregulación de sectores claves de la economía.

Destino turístico inteligente:

Partiendo del mencionado concepto de Smart City, a mediados del 2012, surge en Europa y especialmente en España, el concepto de Smart Tourism Destinations o Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), impulsado por la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas S.A. (GOB.ESP; SEGITTUR, 2022), e impulsado por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, a través del Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT) 2012-2015, el cual poseía como objetivo mantener la competitividad en el mercado global turístico vía la innovación y atención al denominado "nuevo turista".

El DTI bajo, de confección española, reúne aspectos referidos a la sustentabilidad, la accesibilidad, los conocimientos e innovación tecnológica, ubicando al turista como centro de toda atención en la construcción de sistemas que permitan su integración e interacción con

el entorno. De los anteriores aspectos nace la concepción de Destino Turístico Inteligente (DTI), y que según López y García (2015), es:

Un espacio turístico innovador, accesible a todos, creado y consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia la cual garantiza el desarrollo sostenible del territorio, facilitando la interacción e integración del visitante con el entorno, incrementando la calidad de su experiencia destino, al igual que la calidad de vida de los residentes. (p.6)

Debido a la alta cantidad de elementos que integran un DTI, según Luque et al. (2015), es muy complejo confeccionar un concepto definitivo sobre éste, ya que lleva consigo componentes de un desarrollo sustentable, llevándolo a presentar dificultades en la instrumentación operativa por las contradicciones dialécticas que encierra. Aunado a esto se encuentran la gran cantidad de actores requeridos para el cumplimiento de las condiciones y características que debe tener un DTI. Como condición requerida, siguen diciendo Luque et al. (2015), se requiere un esquema nuevo de trabajo, donde exista la coordinación entre instituciones públicas y privadas, en especial de la población local y más aun de la que vive del turismo.

Por su parte, Blanco (2015), indica que los DTI, deben poseer un enfoque orientado a la globalización, y estar relacionados estrechamente con los pobladores como parte del valor del destino; además hace énfasis en lo necesario de cambiar los procesos tradicionales de gobierno por el concepto de gobernanza abierta como condición para la construcción efectiva de los DTI.

Características de los Destinos Turísticos Inteligentes

Los destinos turísticos poseen, según Valls (2004), una serie de características que dependiendo de su cumplimiento dependerá la configuración de éstos, siendo los siguientes:

Ser Innovadores: permitir la incorporación, adaptación y desarrollo de nuevas tecnologías e infraestructuras que permitan recopilar, procesar y almacenar, información de importancia en tiempo real, por lo cual se requiere establecer relaciones entre los residentes y visitantes, sector público y privado.

Usar Infraestructura tecnológica: el uso de aplicaciones con *Big Data*, (*manejo de grandes volúmenes de datos*), posibilita el ofrecimiento de productos y servicios de mayor calidad a los turistas. En momentos como los actuales el contacto persona-persona debe ser mínimo y máximo la coordinación entre sectores, para lo cual las tecnologías mencionadas son de gran requerimiento.

Garantizar el Desarrollo sostenible: el garantizar el equilibrio entre el crecimiento económico/la conservación/la preservación del medio ambiente/el uso racional de los recursos naturales y el respeto a la integridad y patrimonio cultural del destino, es el mayor reto del desarrollo sostenible, lográndose con esto una actividad turística más justa, diversa y respetuosa con el territorio y los pobladores de la zona.

Garantizar la Accesibilidad Universal: los DTI, deben adaptar sus servicios e instalaciones al grupo de personas con características especiales como lo son: personas que

tienen algún tipo de problema físico, edad, embarazo, enfermedad, discapacidad u otras razones, que no le permiten usar los servicios, instalaciones o equipos de la forma rutinaria.

Permitir la interacción e integración del visitante con el entorno: Los organismos públicos y las empresas deben crear sistemas inteligentes que permitan al visitante sentirse acogido e integrado con el entorno que visitan, y así tener una mayor capacidad de interactuar con ellos.

Ofrecer Experiencias de calidad: la industria turística ha evolucionado y adaptado al nuevo perfil del turista denominado “el viajero hiperconectado”, el cual busca productos, servicios y experiencias personalizadas. Tomando en consideración lo dicho por Batty et al. (2012), quienes indican que éstos se dividen en las siguientes tres fases:

Antes, donde se le presenta al potencial turista textos, fotos, vídeos, audios, infografías, mapas y otros datos relevantes, en distintos formatos perfectamente estructurados sobre los productos y servicios que se ofrecen en el destino

Durante, aquí la hiperconectividad, mediante las nuevas tecnologías, plataformas y aplicaciones, hacen fácil la experiencia turística; e interactúa el turista con proveedores, prestadores de servicios, entre otros, intercambiando experiencias e informaciones.

Después, se comparten y expresan recuerdos, experiencias y satisfacciones sobre el viaje realizado.

Mejorar la calidad de vida de la comunidad residente: uno de los principales objetivos del desarrollo y turismo sostenible, es el de ayudar a reducir los niveles de pobreza y proteger la cultura de las comunidades residentes.

En la Guía de Implantación DTI-CV (INVAT-TUR, 2017), se indica que la estructuración se realiza en los siguientes tres niveles interrelacionados:

Estratégico-relacional: que establece las condiciones previas que determinan la capacidad de actuación del destino y el alcance de la estrategia mediante una adecuada gobernanza. Aquí se define la forma de colaboración entre los agentes de interés (stakeholders) y los recursos necesarios para la gestión. Esta estrategia incluye los principios de sostenibilidad, accesibilidad universal y configuración de un sistema local. Así mismo se redefinen y amplían los agentes involucrados (stakeholders), con la intención de crear una colaboración interdepartamental, que ofrezca soluciones inteligentes, con una implicación y colaboración entre de los sectores privados y públicos, siendo éste el factor de relación de mayor importancia para obtener el éxito de un DTI.

Instrumental: incluye lo referente a la conectividad y sincronización, mediante la cual es posible el desarrollo de la estrategia y la aplicación de soluciones inteligentes, y se encuentra relacionado con el sistema de información, nutriéndose de fuentes diversas como la estadística, el análisis web, los sensores distribuidos por el destino, los indicadores, las redes sociales, y otros más. Este proceso resulta imprescindible para la toma de las decisiones a nivel estratégico, para su consecuente aplicación.

Aplicado: que permite la aplicación de soluciones en los diferentes sectores tales como: la información, la mejora de la experiencia turística, el marketing, la gestión de recursos, los visitantes y la inteligencia en el destino.

Lo verdaderamente importante de este sistema resulta ser la retroalimentación entre los tres niveles, de tal forma que exista una implicación total, donde se pueda compartir la información útil y generar sinergias positivas para el desarrollo de soluciones inteligentes. Su aplicación está basada en el uso de indicadores para ayudar a concretar y diagnosticar la situación verdadera de cada destino, para así establecer los objetivos; estos indicadores (72 en total), se encuentran divididos en las siguientes 9 categorías:

Tabla 1 Indicadores de los DTI

Gobernanza	Sostenibilidad	Accesibilidad
Innovación	Conectividad	Inteligencia
Información	Marketing online	Evolución actividad turística

Nota: Elaboración Propia

Fases de un destino Turístico Inteligente (DTI)

Tras la revisión de varios estudios en el campo de los destinos turísticos inteligentes y analizando la base bibliográfica suficiente, Perogil (2017) propone el siguiente proceso además de ubicar las fases o etapas de conversión en un rango de tiempo específico. Esto permite al destino organizar sus planes de acción y procesos de transformación y determinar en qué etapa del proceso se encuentra:

Fase de autoevaluación/diagnóstico: Por primera vez, se aborda la posibilidad de cambiar el modelo de desarrollo. Esta etapa se centra en la autoevaluación del territorio, la comprensión de su estado y la preparación y predisposición al cambio. Al ser el primer contacto con la inteligencia turística, es importante contar con un eje intrínseco DTI o un sistema de autoevaluación variable donde se evalúen estos aspectos fundamentales para iniciar el proceso.

Fase de preparación: El objetivo comenzará a prepararse para la migración del modelo. Durante esta fase se diseña un plan de acción que se considera para cada variable. Por ejemplo, incluir medidas específicas de sostenibilidad en los planes urbanísticos o celebrar reuniones con colectivos, asociaciones, empresarios y centros de investigación. Incluso la creación de entidades de gestión mixta.

Transformación inicial: Esta fase corresponde a la primera línea de actuación para cada variable o eje definido y desarrollado considerando las dos fases anteriores. Las acciones representan el primer contacto con la materialización de las acciones, desde la proyección hasta la ejecución.

Transformación media: Los procesos se vuelven más cohesivos, las acciones más sofisticadas, precisas y trascendentes.

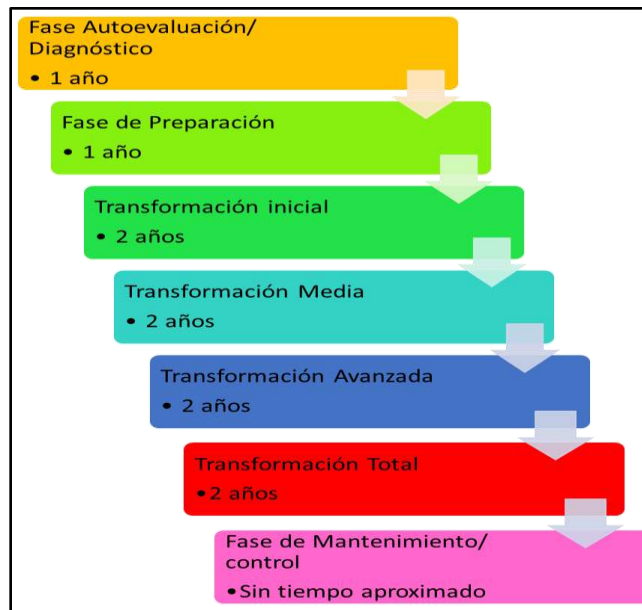
Transformación avanzada: Hay intensificación y mecanización del proceso migratorio. El nivel de desarrollo de la acción es muy alto. Las metas comienzan a presentar comportamientos y organizaciones que se acercan mucho a la transformación inteligente total.

Transformación total: La etapa de transformación total es el objetivo final de la DTI donde todos los ejes o variables están completamente desarrollados e integrados a la estrategia de desarrollo regional.

Fase de mantenimiento/control: La fase de mantenimiento asegura el correcto desarrollo y cumplimiento del proceso. Como tal, la evaluación se realiza mediante cuestionarios que contienen varios factores que miden el nivel de cumplimiento y la probabilidad de desviación de las medidas.

En la Ilustración 1 se puede apreciar un resumen de las fases para que un Destino Turístico sea considerado como Destino Turístico Inteligente:

Ilustración 1 *Fases de un DTI*



Fuente: Elaboración propio

Marco metodológico

La presente investigación tiene un enfoque exploratorio y de campo, en el cual se usaron herramientas para obtener información cuantitativa y cualitativa, lo que se considera un enfoque mixto.

Es Cualitativo el diseño porque según Arias (2006), “los datos de estudio no proceden de un ensayo o experimento científico” (p.16), sino por el contrario, los datos son analizados, organizados y presentados para conocer la cualidad de nuestro objeto de estudio como lo son los Destinos Turísticos Inteligentes.

Es Cuantitativo porque según Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2014) “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p. 4). Y se aplicará una encuesta para priorizar variables en etapas iniciales de un DTI, lo cual validará o no la hipótesis presentada

También Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2014) señalan que el enfoque mixto es “relativamente nuevo e implica combinar los métodos cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio” (p. 30).

Por otro lado, también es un estudio de campo, porque se realiza en los lugares relacionados con el estudio. El diseño de campo significa que la información se recolecta directamente del hecho investigado, lugar, ambiente, condición, institución, comunidad, lugar de ocurrencia de un fenómeno o lugar de ocurrencia de un evento u objeto; y se discutirá más adelante. Además, el investigador recoge datos que serán tratados posteriormente (Jaimes y Valbuena, 2016).

Por último, es exploratoria, ya que según Alvarez (2013), se exploran fuentes secundarias de información, de donde se extrajo información pertinente y necesaria para poder lograr los objetivos planteados, por ello en este trabajo se realizó una revisión bibliográfica, documental de trabajos de grado, monografías, reportes, informes, así como también de fuentes digitales tales como páginas webs, blogs, tanto de organizaciones nacionales como internacionales involucrados en los temas del turismo y destinos turísticos inteligentes.

Universo, población y muestra

Con respecto al enfoque cualitativo, la población y muestra la representan los documentos examinados, entre ellos: trabajos de grado, monografías, reportes, informes, así como también fuentes digitales tales como páginas webs, blogs de organizaciones nacionales e internacionales involucrados con el tema de los destinos turísticos y los destinos turísticos inteligentes, de donde se extrajo la información pertinente y necesaria para poder lograr los objetivos planteados en esta investigación.

Y al referirse al enfoque cuantitativo, cabe mencionar que el universo de personas incluye profesionales del turismo que participan en los procesos de desarrollo de destinos turísticos y destinos turísticos inteligentes y representan el 100% de la población.

La población del presente trabajo de investigación estuvo constituida por trabajadores del área de turismo, principalmente que conozcan o hayan interactuado en el estudio o desarrollo de destinos turísticos y/o destinos turísticos inteligentes.

La muestra para este estudio es no probabilística, conformada por 50 personas en el área turística, con conocimiento comprobado de destinos turísticos y destinos turísticos inteligentes, aplicándoles el cuestionario diseñado. Además, la muestra no es representativa, lo que significa que los resultados no pueden generalizarse estadísticamente con exactitud. Se utiliza entonces un muestreo conveniente porque no se seleccionó con base en el acceso, la disponibilidad de información y criterio estadístico.

Esto lo ratifican Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) donde dicen que:

En las muestras no probabilísticas, la elección de las unidades no depende de la probabilidad, sino de razones relacionadas con las características y contexto de la investigación. Aquí el procedimiento no es mecánico o electrónico, ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios. (p. 200)

Como reconocen los expertos en este tipo de investigaciones, aquí no importa el tamaño de la muestra, sino la riqueza y calidad de los datos recogidos de fuentes primarias sobre los participantes, y el poder de observación y análisis del investigador.

En este caso, una muestra no probabilística es adecuada por tratarse de un estudio descriptivo con un enfoque mixto. No es una conclusión, pero ayuda a documentar una experiencia particular. El objetivo de este tipo de investigación es generar datos e hipótesis que sirvan como materia prima para futuras investigaciones.

A continuación, se muestran los criterios de inclusión y exclusión de la muestra de la investigación y descripción general de las personas participantes en la aplicación del instrumento:

Criterios de Inclusión:

- Los que quieran participar.
- Personal que trabaje en áreas de Turismo a nivel internacional y/o nacional, con al menos 2 años de experiencia.
- Con conocimiento en áreas de tecnologías
- Con conocimiento comprobado en estudios o investigación de destinos turísticos inteligente
- Edad mayor de 25 años.

Criterios de Exclusión:

- Los que no quieran participar.
- Menores de 25 años.
- Que tengan menos de 2 años trabajando en áreas de turismo.

Descripción General de Encuestados:

- 50% de sexo masculino y 50% de sexo femenino.
- 50% personal docente en universidades en el área de turismo y 50% personal gerencial y/o administrativo en empresas turísticas.
- 100% con experiencia en turismo y destinos turísticos.
- 100% con experiencia en tecnologías aplicadas al turismo.

Además, para este estudio, el instrumento fue validado por tres expertos (2 de la industria turística y 1 del área de tecnología relacionada con el turismo); quienes evaluaron de forma confidencial y anónima la claridad, coherencia, contexto y control del proyecto.

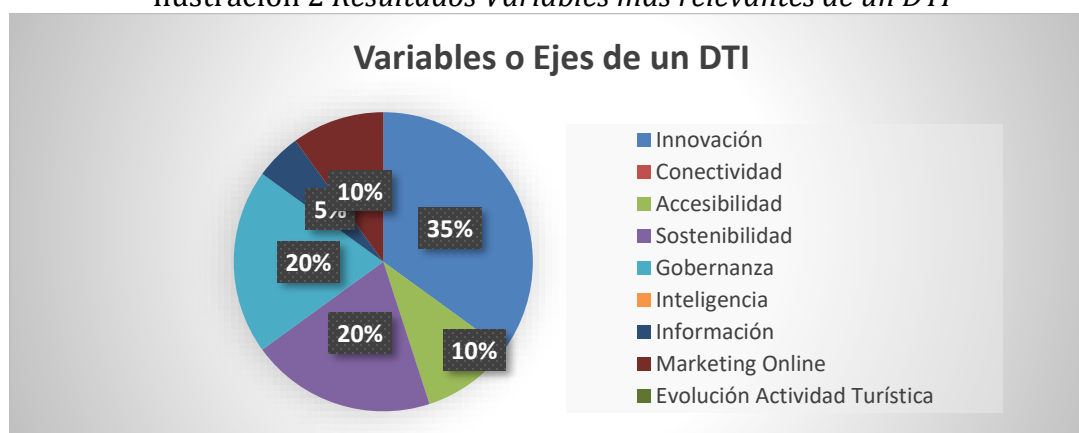
Plan de análisis de datos

Se realizó un análisis de correlación para cada variable de estudio para esta investigación. Resaltando que, al realizar una investigación con enfoque cuantitativo, se necesitan herramientas que faciliten el procesamiento de la información. El programa Microsoft Excel es una herramienta esencial que permite crear una base de datos basada en cuestionarios de la información recopilada por la encuesta. Una vez recopilada la información, se traslada a un cuadro resumen que refleja cada respuesta recibida de los encuestados, y además se procede a graficar y publicar las conclusiones resultantes.

Resultados y discusión:

Luego de realizar las encuestas a los informantes claves, a continuación se presentan los principales resultados de la encuesta aplicada a 50 personas del sector Turismo, con conocimientos en Destinos Turísticos y Destinos Turísticos Inteligentes, los cuales se mostrarán a través de tabulación de resultados y graficar dichos resultados para poder hacer un mejor análisis de los mismos:

Ilustración 2 Resultados Variables más relevantes de un DTI

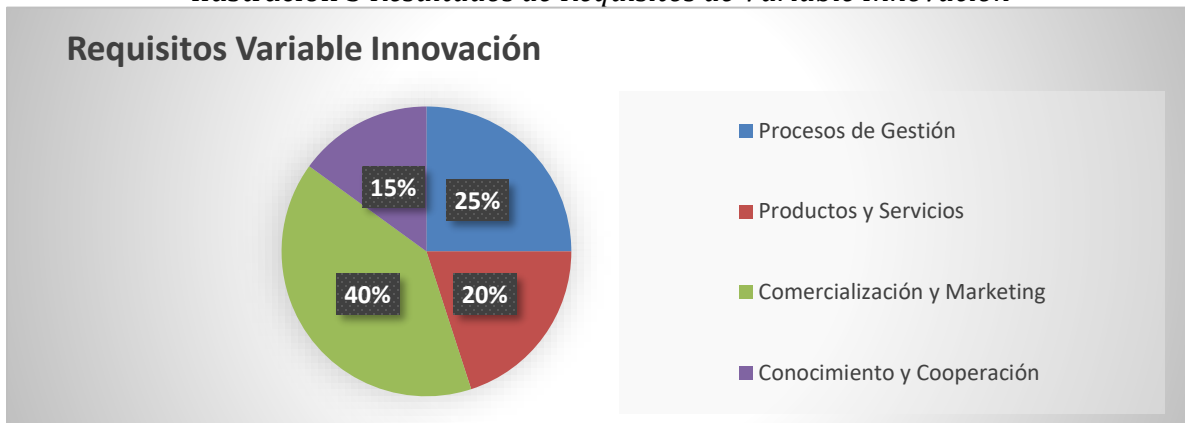


Fuente: Elaboración propio

Como se puede apreciar, las variables más relevantes para el funcionamiento de las etapas iniciales de un DTI son la Innovación con un 35% de las respuestas, y con 20% cada una, la Sostenibilidad y la Gobernanza.

La innovación no sólo debe verse desde una perspectiva tecnológica, estratégica, de gestión y de marketing. Si bien es cierto que la industria turística no se caracteriza por un alto nivel de inversión en investigación y desarrollo, sí requiere una importante inversión en nuevos productos y servicios que satisfagan las nuevas necesidades de los visitantes e incluso atraigan nuevos segmentos de demanda, tales como inversiones en importantes campañas de comunicación, distribución y mercadeo de productos y servicios, y promoción del propósito.

Ilustración 3 *Resultados de Requisitos de Variable Innovación*

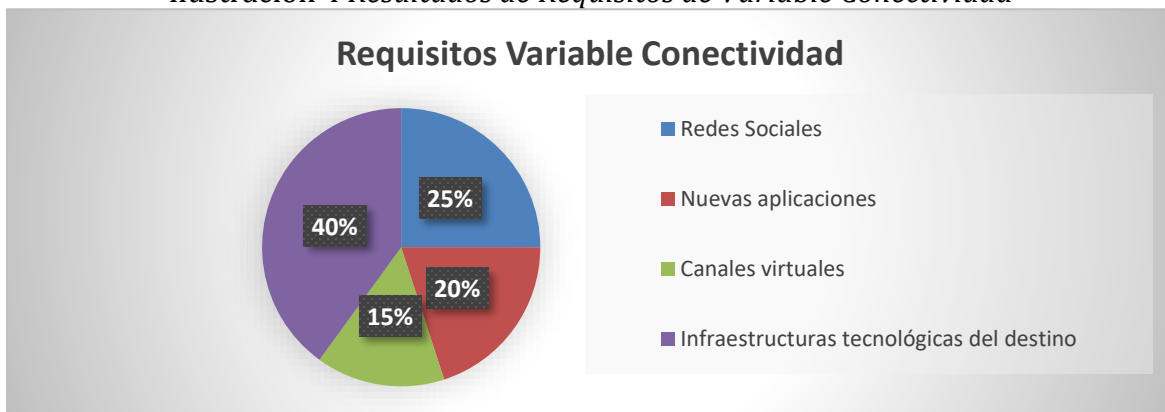


Fuente: Elaboración propio

Con respecto a variable Innovación, los encuestados consideran que debe dársele prioridad a la Comercialización y Marketing (40%) y a los Procesos de Gestión (25%).

La colaboración entre los sectores público y privado para promover la tecnología, la creatividad y la innovación también juega un papel clave en la presentación unificada y estructurada de la oferta turística. En este sentido, es importante que los destinos cuenten con herramientas efectivas para promocionar y comunicar la oferta de productos turísticos, las cuales están relacionadas con el uso de herramientas técnicas e Internet, que posibilitan la comunicación individual y colaborativa con el potencial visitante de experiencia.

Ilustración 4 *Resultados de Requisitos de Variable Conectividad*

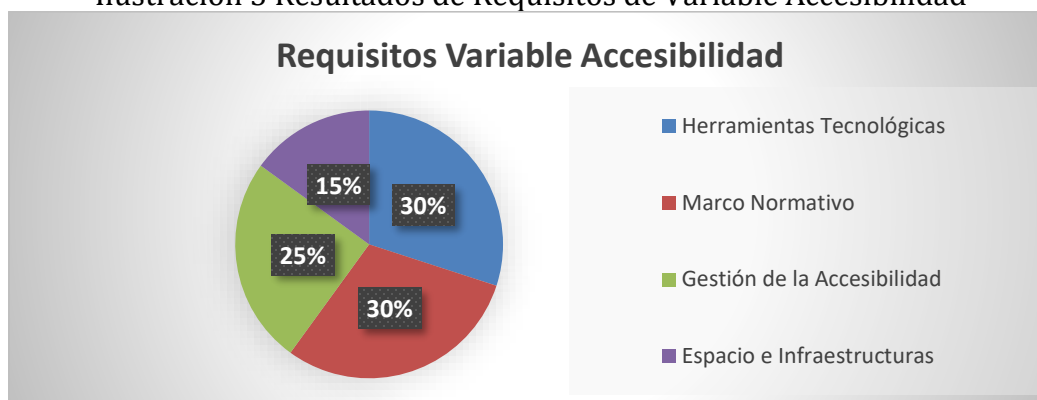


Fuente: Elaboración propio

Al tabular resultado de la encuesta para la variable Conectividad se obtiene que las Infraestructuras tecnológicas del destino poseen un 40% de relevancia, y en segundo lugar las Redes Sociales con un 25% por parte de los encuestados.

En este contexto, la infraestructura del destino es un componente importante que forma gran parte de la experiencia turística. Esto se debe a la multitud de industrias involucradas en el turismo; principalmente alojamiento, comida, transporte y entretenimiento. Este tipo de industrias están fragmentadas, y mientras algunas no pueden sobrevivir sin el turismo, hay otras que no solo dependen de esta industria.

Ilustración 5 Resultados de Requisitos de Variable Accesibilidad

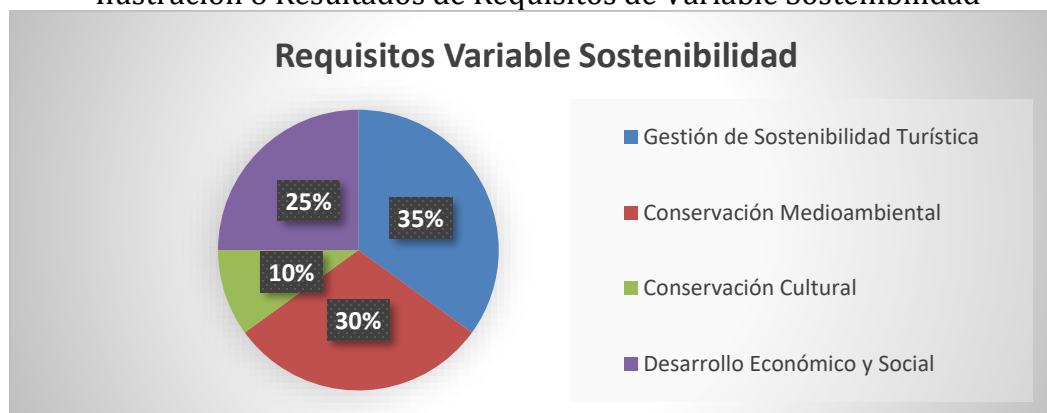


Fuente: Elaboración propio

Al evaluar resultados del instrumento para los requisitos de la variable Accesibilidad se puede apreciar que los más relevantes según los participantes son las Herramientas Tecnológicas y el Marco Normativo con un 30% ambos requisitos.

Como ya se ha mencionado, un destino turístico inteligente es aquel que no tiene debilidades de accesibilidad en su cadena de servicios y permite a los viajeros disfrutar de cada viaje en términos de seguridad y comodidad, de modo que la experiencia de viaje sea positiva y muchas veces se difunda a través de las redes sociales y el boca a boca. En este sentido, muchos entusiastas del turismo se enfrentan a un doble dilema (oportunidad y desafío), ya que las experiencias positivas pueden fortalecer la posición como organización sostenible y socialmente responsable, mientras que las malas experiencias pueden dañar la imagen y reputación. Además, se debe crear un marco regulatorio actualizado, flexible y, sobre todo, de fácil acceso para que los viajeros sean conscientes de lo que pueden y no pueden hacer en el destino elegido.

Ilustración 6 Resultados de Requisitos de Variable Sostenibilidad

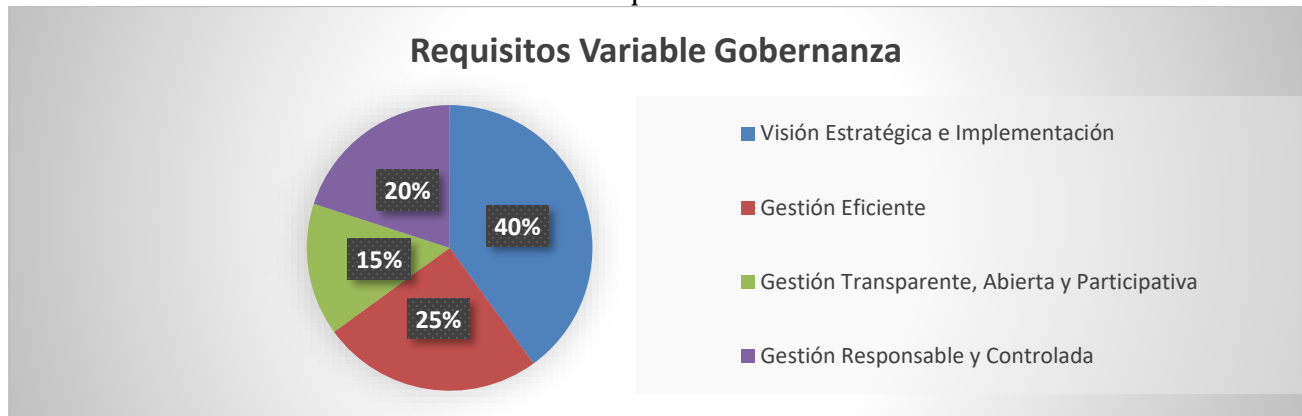


Fuente: Elaboración propio

Como se puede observar, los requisitos mejor valorados de la variable Sostenibilidad son la Gestión de Sostenibilidad Turística con un 35% y la Conservación Medioambiental con un 30% de la escogencia de los participantes.

El turismo sostenible y la competitividad algunas veces son vistos como dos perspectivas opuestas e irreconciliables, obligando a los tomadores de decisiones a centrarse o en la sostenibilidad o en el crecimiento de la riqueza debido al crecimiento del sector. Por el contrario, si los proyectos turísticos satisfacen las necesidades del mercado, así como del entorno natural y las comunidades anfitrionas, el turismo puede promover y apoyar la conservación, revitalización y desarrollo económico del área y mejorar la calidad de vida de la comunidad local.

Ilustración 7 Resultados de Requisitos de Variable Gobernanza

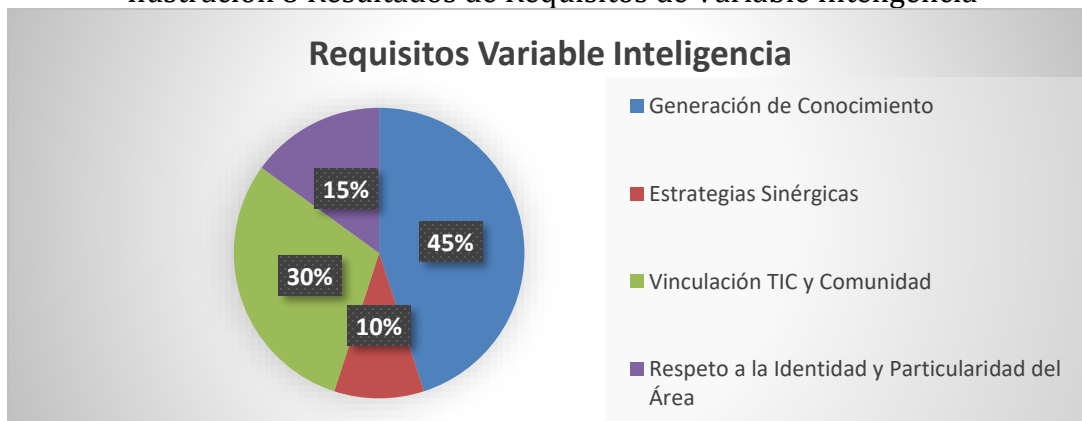


Fuente: Elaboración propio

Aquí se puede apreciar que los requisitos más relevantes de la variable Gobernanza son los relacionados con Visión Estratégica e Implementación con un 40% de las preferencias de los encuestados y la Gestión Eficiente con un 25%.

La visión turística estratégica de destinos es un medio para alcanzar metas, identificar desafíos, gestionar recursos y proponer soluciones, teniendo siempre en cuenta la sostenibilidad del turismo y su sociedad en desarrollo. Debe ser un proceso para compartir ideas e inspirar a la gente. En un mundo globalizado tan dinámico, sea para bien o para mal (como la situación provocada por la pandemia del COVID-19), es imperativo que la industria turística preste especial atención a la planificación e implementación de estrategias que permitan la preparación y anticipación ante estos escenarios tan importantes.

Ilustración 8 Resultados de Requisitos de Variable Inteligencia

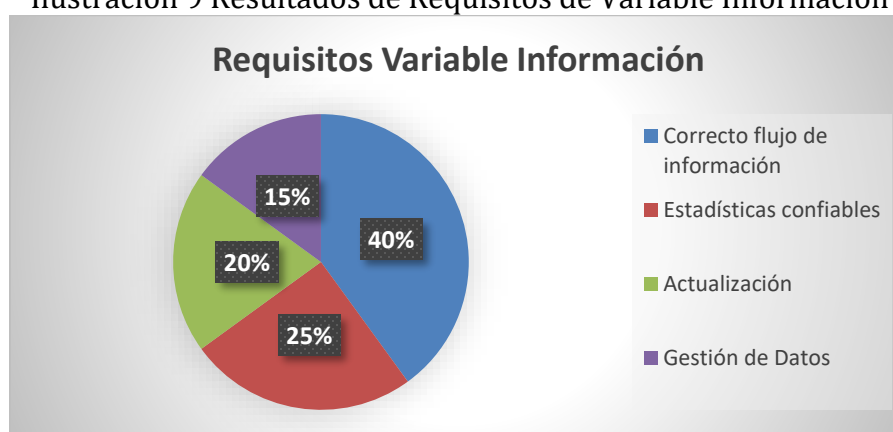


Fuente: Elaboración propio

En este resultado se puede apreciar que los requisitos más relevantes de la variable Inteligencia son los relacionados con Generación de Conocimiento con un 45% de las preferencias de los encuestados y la Vinculación TIC y Comunidad con un 30%.

La información o conocimiento turístico no se produce sólo en la universidad, es decir, se produce en las agencias de viajes, las líneas aéreas, los establecimientos de alojamiento y en general en todas las empresas turísticas. Entonces es necesario ajustar los canales de transmisión de acuerdo con el destinatario final de la información. Actualmente, las herramientas tecnológicas ofrecen muchas ventajas, entre las que se destacan la posibilidad de distribuir información a una gran cantidad de actores y darles retroalimentación, ya que pueden expresar su opinión sobre un determinado tema y con ello generar nueva información.

Ilustración 9 Resultados de Requisitos de Variable Información



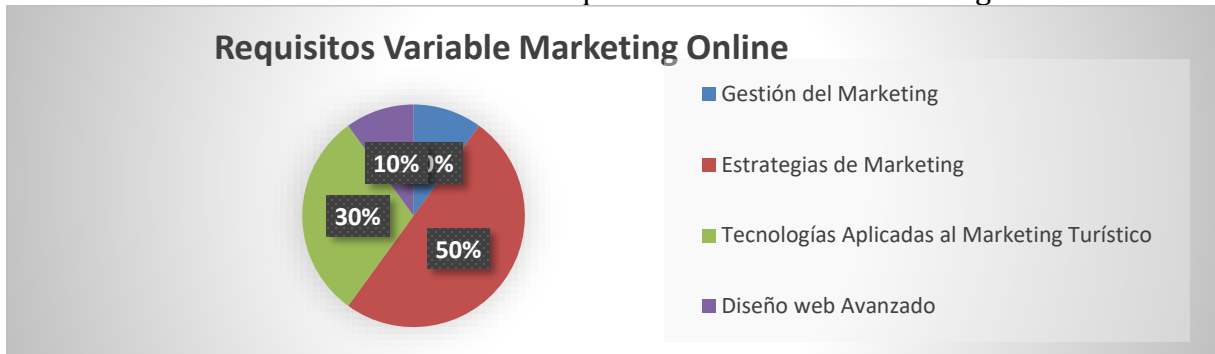
Fuente: Elaboración propio

Entonces se muestra que los requisitos más relevantes de la variable Información son los relacionados con Correcto flujo de información con un 40% de las preferencias de los encuestados y Estadísticas Confiables con un 25%.

La tarea de los comunicadores en la industria del turismo es elegir estrategias de comunicación adaptadas a la realidad social, las necesidades identificadas, el campo y las normas del destinatario, para que la comunicación con el destinatario sea exitosa y exista un correcto flujo de información. Estas estrategias se enfocan en publicidad, promoción de ventas, gestión de la reputación, lanzamiento de productos y servicios, posicionamiento, alianzas, relaciones públicas, entre otras, utilizando medios tradicionales o innovadores basados en Internet y sus variables. Además, actualmente las estadísticas confiables son una ayuda importante para la toma de decisiones en el campo del turismo, ya que se pueden utilizar para analizar e interpretar datos económicos, sociales y de marcas o destinos en el campo del turismo.

Aquí se puede apreciar que los requisitos más relevantes de la variable Marketing Online son los relacionados con Estrategias de Marketing con un 50% de las preferencias de los encuestados y las Tecnologías aplicadas al marketing turístico con un 30%.

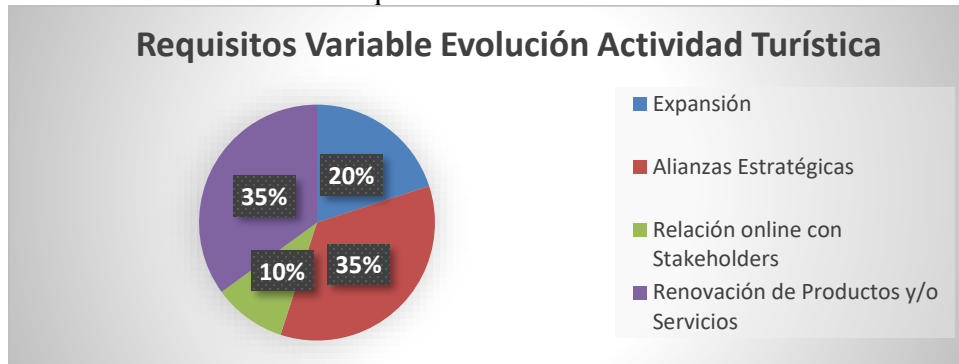
Ilustración 10 Resultados de Requisitos de Variable Marketing Online



Fuente: Elaboración propio

En resumen, las estrategias de marketing online son marketing digital aplicado al turismo, cuyo objetivo es captar de forma eficaz la atención de los usuarios, y las empresas de viajes utilizan sus herramientas para definir el grupo objetivo y saber qué es lo que buscan. Mantenerse al día con las nuevas tecnologías y usarlas como canal para comunicarse con su público objetivo es fundamental para conocerlos. Los objetivos de toda empresa turística varían según los servicios y necesidades, desde lograr la ocupación de oficinas hasta captar nuevos clientes potenciales o dar a conocer su nombre en el mercado.

Ilustración 11 Resultados de Requisitos de Variable Evolución Actividad Turística



Fuente: Elaboración propio

En este punto se puede precisar que los requisitos más relevantes de la variable Evolución Actividad Turística son los relacionados con Alianzas Estratégicas y Renovación de Productos y/o Servicios, ambos con un 35% de las preferencias de los encuestados.

Las alianzas estratégicas en la industria del turismo son relaciones de colaboración que pueden incluir códigos compartidos, tarifas, descuentos y más. En el entendido que el turismo es uno de los pocos sectores económicos donde la competencia monopolística se vuelve casi imposible, porque es una industria que requiere sinergia entre diferentes actividades (alojamiento, alimentación, transporte, venta al por menor, ocio y deporte). Sin embargo, debido a los desafíos y la naturaleza de los destinos turísticos globales, las empresas suelen ser reacias a entablar relaciones de cooperación con sus competidores, ya sea por el riesgo de fracasar o por la incertidumbre de lograr resultados valiosos de manera justa. También se acerca a la moderación cuando se trata de actualizar ofertas o servicios, aunque los tiempos modernos avanzan rápidamente.

Conclusiones

Se comienza con el aval al tercer y último objetivo del estudio como lo es: **“Priorizar las variables más relevantes de las etapas primarias, a través de encuestas”**, tal como se puede apreciar en los resultados de la encuesta realizada, las variables más relevantes para el funcionamiento de las etapas iniciales de un DTI son la Innovación con un 40% de las respuestas, y con 25% cada una, la Sostenibilidad y la Gobernanza.

Y al cumplir este tercer objetivo específico también se concluye que se cumple la Hipótesis planteada, siendo posible priorizar variables más relevantes para el funcionamiento de las etapas iniciales de un DTI.

Entonces, los DTI son un emprendimiento importante en la modernización y transformación de la industria turística, que sin duda seguirá mejorando la rentabilidad y el estatus de las empresas turísticas tanto nacionales como internacionales, y cuyo impacto terminará impulsando otros proyectos y actividades turísticas, y servirá para combatir la estacionalidad y mejorar la distribución territorial del turismo.

Al referirse al objetivo general **“Definir las variables y los elementos claves de las etapas primarias de los DTI”**, se puede concluir que los elementos claves, no sólo en las etapas primarias de un DTI sino en todo el proceso son los siguientes:

El Turista: Quien viaja y vive la experiencia y cuya impresión es determinante a la hora de evaluar el destino y opinar sobre el mismo.

Acceso al Destino: Es cómo viaja un turista o cómo llega a un lugar elegido para su disfrute, sabiendo que es posible llegar al destino desde varias ciudades del mundo y por diversos medios y/o vías de comunicación.

Atractivos: Es la razón por la que se viaja o por la que se aleja, por lo que las atracciones deben ser adecuadas para que los turistas las disfruten y las mantengan.

Servicios e Infraestructura: Es el apoyo del viaje o lo que te permite permanecer en el destino. Es así que deben ser servicios turísticos de calidad para que un turista se quede y quiera volver.

Mecanismos de Comercialización: Es un medio por el cual un potencial turista conoce el destino. Es decir, mecanismos de marketing que permitan crear una imagen positiva del destino y posicionarlo en el mercado.

Normas de Gestión para el desarrollo: Brinda seguridad a los viajeros en su destino, permitiéndoles crecer y desarrollarse en el destino elegido para regresar algún día. Incluye normas administrativas para el desarrollo turístico que hacen deseable el destino para disfrutar de la experiencia turística.

En lo que respecta al objetivo: **“Identificar las etapas de un DTI”**, se puede especificar un proceso donde se ubican las etapas de conversión en un rango de tiempo específico, lo que permite al destino organizar sus planes de acción y procesos de transformación y determinar en qué etapa del proceso se encuentra.

Estas etapas son las siguientes:

- **Autoevaluación/diagnóstico:** donde se aborda la posibilidad de cambiar el modelo de desarrollo y se centra en la autoevaluación del territorio, la comprensión de su estado y la preparación y predisposición al cambio.
- **Preparación:** es cuando el objetivo comenzará a prepararse para la migración del modelo y se diseña un plan de acción que se considera para cada variable. Esta etapa de preparación es muy importante para la conversión exitosa del modelo.
- **Transformación inicial:** corresponde a la primera línea de actuación para cada variable o eje definido y desarrollado considerando las dos etapas anteriores, y dichas acciones representan el primer contacto con la materialización, desde la proyección hasta la ejecución.
- **Transformación media:** los procesos se vuelven más cohesivos, las acciones más sofisticadas, precisas y trascendentes.
- **Transformación avanzada:** hay intensificación y mecanización del proceso migratorio, donde el nivel de desarrollo de la acción es muy alto y las metas comienzan a presentar comportamientos y organizaciones que se acercan mucho a la transformación inteligente total.
- **Transformación total:** es el objetivo final de la DTI, donde todos los ejes o variables están completamente desarrollados e integrados a la estrategia de desarrollo regional.
- **Mantenimiento/control:** aquí se asegura el correcto desarrollo y cumplimiento del proceso, se realiza mediante cuestionarios que contienen varios factores que miden el nivel de cumplimiento y la probabilidad de desviación de las medidas.

En el objetivo: “**Identificar las variables de las primeras etapas de un DTI**”, aquí se pudo observar que las variables son las siguientes: Gobernanza, Sostenibilidad, Accesibilidad (física y digital), Innovación, Conectividad, Inteligencia, Información, Marketing online (herramientas de promoción turística en Internet desarrolladas por el destino) y Evolución de la actividad turística. Siendo la Innovación la más validada por la encuesta aplicada y todas estas variables se deben tomar en cuenta en cada etapa de un DTI, aunque dándole más importancia en las primeras etapas a la Innovación, la Sostenibilidad y la Gobernanza (según resultados de encuesta).

Deben ser innovadores al permitir la incorporación, adaptación y desarrollo de nuevas tecnologías e infraestructuras que permitan recopilar, procesar y almacenar, información de importancia en tiempo real.

Deben garantizar el desarrollo sostenible, entre el crecimiento económico/la conservación/la preservación del medio ambiente/el uso racional de los recursos naturales y el respeto a la integridad y patrimonio cultural del destino.

Y con respecto a la Gobernanza, se busca satisfacer los intereses de todas las partes involucradas, incluidas la administración, las empresas turísticas y los residentes locales.

Referencias

- Alvarez, J.** (2013). *Como hacer investigación*. México D.F.: Paidós Educador.
- Arias, F.** (2006). *Investigación Educativa*. Caracas.
- Arrate, J., & Rojas, E.** (2003). *Memorias de la izquierda chilena. Tomo II*. Santiago de Chile: IC Editorial.
- Bastidas, A.** (2020). *Destinos Turísticos Inteligentes, un análisis de su origen evolución y potencial futuro (Tesis Doctoral)*. Universidad de Granada, Granada.
- Batty, M., Axhausen, K., Fosca, G., Poznouhok, A., Bazzani, A., Wachowicz, M., Poetugali, Y.** (2012). *Smart Cities of the future, Centre for Advanced Spatial Analysis*. London: University College London.
- Blanco, J.** (2015). *Libro Blanco de los Destinos Turísticos Inteligentes. Estrategias y soluciones para fomentar la innovación en el turismo digital*. Madrid: ALTRAM.
- Carrasco, S. F.** (2009). El consumo del espacio litoral en las ciudades turísticas. *espacio y tiempo, revista de ciencias humanas*, 251-270.
- Fayos, E.** (2004). *Política turística en la era de la globalización*. Madrid: Mediterráneo económico.
- Giner, D.** (2017). Hacia una nueva gobernanza del destino turístico el enfoque de gestión de los destinos turísticos inteligentes. *Oikonomics Revista de economía, empresa y sociedad*, 21-27.
- GOB. ESP.**; (2022). *Segittur*. Obtenido de <https://www.segittur.es/>
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M.** (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). México D.F., México: McGraw-Hill / Interamericana.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C.** (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México, México: Mc Graw Hill Education. Obtenido de <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- INVAT-TUR.** (2017). *Guía de implantación de los DTI-CV*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/74386/4/2017_Ivars-Baidal_etal_Guia-de-implantacion-DTI-CV.pdf
- Jaimes, M., & Valbuena, D.** (2017). Riesgos tributarios por el cambio de métodos de valuación del inventario del Sector Farmacéutico Venezolano. *CIEG, Revista Arbitrada Del Centro de Investigación y Estudios Gerenciales*(25), pp. 66-81. Obtenido de <https://revista.grupocieg.org/revista/revista-cieg-no-25-julio-septiembre/>
- Llamas, I. O.** (2012). Valoración de un producto turístico. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*.
- López, S., & García, A.** (2015). *Destinos turísticos inteligentes*. Madrid: Segittur.
- Luque, A., Zayas, B., & Caro, J.** (2015). Los destinos turísticos inteligentes en el marco de la inteligencia territorial: conflictos y oportunidades. *Investigaciones turísticas*, 10-13.

- Mora, D., & Guerrero, L.** (2020). Industria 4.0: el reto en la ruta hacia las organizaciones digitales. *Estudios de la Gestión: revista internacional de administración*(8), 191-214. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/7910>
- OMT.** (1983). El marco de la responsabilidad del estado en al gestión del turismo. Madrid.
- OMT.** (2008). *Introducción al Turismo*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf
- Organización Mundial del Turismo.** (2020). *Barómetro OMT del Turismo Mundial Mayo 2020 con especial enfoque en el impacto de la COVID19*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Perogil, J.** (2017). *Inteligencia territorial y turismo : la gestión pública de los Destinos Turísticos Inteligentes (Tesis de Doctorado)*. Huelva, España: Universidad de Huelva.
- Romero, M.** (2014). *Productos, servicios y destinos turísticos*. Madrid: IC Editorial.
- Schenkel, E., & Almeida, F.** (2015). La política turística y la intervención del Estado. El caso de Argentina. *Perfiles latinoamericanos*, 23(46). Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-76532015000200008
- Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información.** (2015). *Informe Destinos Turísticos Inteligentes Construyendo el Futuro*. Madrid: Madrid: Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A. Obtenido de <https://www.segittur.es/destinos-turisticos-inteligentes/proyectos-destinos/libro-blanco-destinos-turisticos-inteligentes/>
- Valls, J.** (2004). *Gestión de destinos turísticos sostenible*. Barcelona: Gestión 2000.com.
- Vásquez, F. C.** (2016). Repensando las interacciones turismo-desarrollo: una revisión paradigmática. *Revista Turismo y Desarrollo Local*, 21.

Calidad del empleo en el sector hotelero de Los Cabos: análisis mediante el modelo de ecuaciones estructurales

Angélica Montaña Armendáriz¹

Gilberto Martínez Sidón²

Juan Carlos Pérez Concha³

Resumen

Este trabajo consta de dos objetivos: determinar los factores que influyen en la calidad del empleo en el sector hotelero de Los Cabos a partir de un modelo de ecuaciones estructurales; así como evaluar las principales variables que inhiben o propician la calidad de ese empleo. Lo anterior, se presenta por medio de la relación de cuatro constructos y sus respectivas dimensiones: perspectiva del clima organizacional, capacitación e igualdad sustantiva y la calidad del empleo en el turismo, como la variable endógena observada. La zona de estudio corresponde al destino turístico de los Cabos BCS y las unidades de estudio se integran por el personal operativo, administrativo y de mantenimiento del sector hotelero. La investigación es cuantitativa, con un alcance descriptivo y correlacional y se describe mediante el análisis multivariante a partir de un modelo de ecuaciones estructurales. Los resultados sugieren que existe correlación entre las variables de calidad del empleo y clima organizacional, igualdad sustantiva (discriminación), capacitación, valoradas mediante el modelo de ecuaciones estructurales. se destaca que de acuerdo a la percepción del personal encuestado; las variables de clima organizacional e igualdad sustantiva muestran una relación inversa negativa, lo cual, para el caso específico del clima organizacional, contrasta con los modelos teóricos, en cambio las variables capacitación y calidad del empleo registran una correlación positiva.

Conceptos clave: Calidad del empleo, clima organizacional, igualdad sustantiva.

Introducción

Los efectos positivos de la actividad turística sobre la economía, suelen enfatizarse al destacar su aportación al Producto Interior Bruto (PIB) del país o de una región y su papel como generador de puestos de trabajo; así por ejemplo, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2021) reportó que la participación del turismo al conjunto de la economía nacional fue del 6.9%, así mismo, dentro del PIB turístico (PIBT) la industria hotelera contribuye con el 37%. Para el tercer trimestre de 2022, el sector turismo en México registra 4.5 millones de empleados, lo que representa el 8.8% de los empleos a nivel nacional.

En el caso de Los Cabos, el turismo representa una actividad económica preponderante; en este contexto, la participación de los servicios de alojamiento temporal, hospedaje y preparación de alimentos y bebidas (de acuerdo a la clasificación de actividades

¹Doctora en Ciencias Administrativas, Universidad Autónoma de Baja California Sur, amontano@uabcs.mx

² Doctor en Ciencias Económicas, Universidad Autónoma de Baja California Sur, gmartinez@uabcs.mx

³ Maestro en Ingeniería Económica y Financiera, Universidad Autónoma de Baja California Sur, jperez@uabcs.mx

económicas de INEGI), representaron el 76% de su valor agregado censal bruto y el 65% del personal ocupado en este subsector, esto con base en datos estadísticos del último censo económico (INEGI, 2019). Además, según (ENOE, 2023) de este total el 59% son hombres y 41% mujeres, resultados que contrastan con los datos del Informe Mundial sobre las Mujeres y el Turismo (OMT, 2021) que indica que las mujeres constituyen una amplia proporción de la economía turística formal.

Este trabajo consta de dos objetivos: determinar los factores que influyen en la calidad del empleo en el sector hotelero de Los Cabos a partir de un modelo de ecuaciones estructurales; así como evaluar las principales variables que inhiben o propician la calidad de ese empleo. Lo anterior, se presenta por medio de la relación de cuatro constructos y sus respectivas dimensiones: perspectiva del clima organizacional, capacitación e igualdad sustantiva (como variables no observables o variables exógenas) y la calidad del empleo en el turismo, como la variable endógena observada. La zona de estudio corresponde al destino turístico de los Cabos BCS y las unidades de estudio se integran por el personal operativo, administrativo y de mantenimiento del sector hotelero en las categorías diamante, gran turismo, cinco y cuatro estrellas. En este contexto, en la investigación se plantea que, el clima organizacional, la igualdad sustantiva y la capacitación del personal son variables que intervienen en el nivel de satisfacción de los trabajadores administrativos y operativos del sector hotelero, lo cual impacta la calidad del empleo.

Para el logro de los objetivos propuestos, la metodología aplicada corresponde a una investigación cuantitativa, de tipo empírica, con un alcance descriptivo correccional, mismo que se desarrolla mediante un análisis multivariante del modelo de Sistema de Ecuaciones Estructurales (SEM).

Aspectos Metodológicos

En la presente investigación se empleó un muestreo de tipo aleatorio, a partir del universo poblacional del Directorio Nacional de Unidades Económicas de INEGI (DENUE); información que se corroboró con el directorio de la Asociación de Hoteles de Los Cabos. El área de estudio corresponde a las zonas hoteleras de Cabo San Lucas, San José del Cabo y el corredor turístico que une ambas ciudades, teniendo como población a investigar el personal que labora en los hoteles en categoría de cuatro y cinco estrellas, así como los DTC y resorts que ostentan las clases diamante y gran turismo. Para obtener el tamaño de muestra, se utilizó la técnica de muestreo aleatorio simple a partir de la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z_{\frac{\alpha}{2}}^2 pq}{e^2}$$

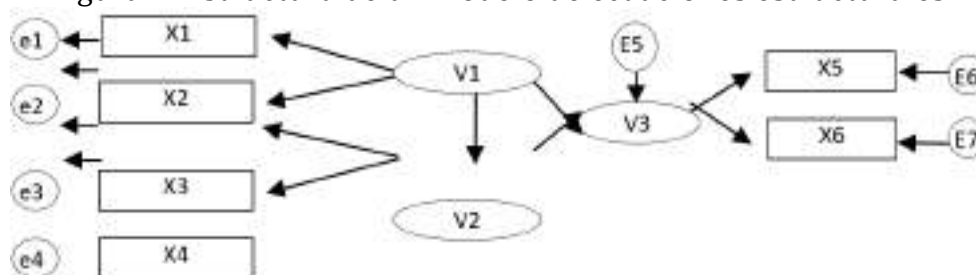
Donde $Z_{\frac{\alpha}{2}}$ corresponde al valor aleatorio de la distribución normal estándar con un nivel de confianza del 90% (nivel de significancia $\alpha = 0.1$). El error máximo admisible (e) se estableció en 5.5%. El parámetro p , corresponde a la proporción fiable y q se calculó como $1 - p$. En este caso se utilizó el valor 0.5 para el caso del parámetro p , para permitir el criterio de máxima varianza. El resultado de la muestra fue de 224 encuestas; una vez aplicado el cuestionario en campo, se logró un total de 230. El cuestionario se aplicó de forma personal

a trabajadores de diferentes áreas⁴ (operativas, administrativas y de mantenimiento) durante el segundo semestre de 2019 y los tres primeros meses de 2020, situación que obliga a señalar que tanto la información como los resultados de la investigación son aplicables al periodo previo a la pandemia de Covid19.

El cuestionario aplicado tuvo su origen en el proyecto de investigación: “Impactos del turismo en México: Estrategias de desarrollo y generación de empleo”, con numero clave en el Consejo Nacional de Humanidades Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT): CB2015-258565.

Para medir la calidad de empleo en Los Cabos, se plantea un modelo de ecuaciones estructurales (SEM por sus siglas en inglés). Esta técnica estadística permite un análisis multivariante que supone una relación causal entre las variables. Para el caso de la presente investigación, se plantea un esquema como el de la figura 1, por cuanto se utilizaron tanto variables latentes no observables exógenas y una endógena, así como variables observables o medibles.

Figura 1. Estructura de un modelo de ecuaciones estructurales



Fuente: elaboración propia.

Las variables que integran la figura 1 son: i) Variable latente exógena, también se le conoce como constructos, factores, o variables no observables; su impacto depende indirectamente de las variables observadas; en la figura 1, las variables latentes endógenas son V1 y V2; ii) Variable observada, corresponden a las variables que pueden ser medidas, en la figura 1 estas variables son X1, X2,..., X4; y iii) variable latente endógena, la cual corresponde a una variable no observable que depende, a su vez, de las variables latentes exógenas.

Entre las variables latentes, se reconocen tres tipos: i) Exógena, concierne a aquellas variables que tienen un impacto sobre otras variables. En la figura 1 se caracterizan porque de ellas sale una flecha, pero sobre la variable latente exógena no entran flecha. ii) Endógena, en la figura 1 se relacionan con aquellas variables a las que arriban las flechas; se caracterizan por que éstas son afectadas por un término de error. iii) Variable error, en ellas se almacena la información que no puede ser explicada por el modelo; en la figura 1 se caracterizan por un círculo pequeño de las que sale una flecha.

En el trabajo se propone un modelo de ecuaciones estructurales, que incluye tanto variables endógenas como variables exógenas. Su forma general lineal y de igualdad, se representa de la siguiente forma:

⁴ La aplicación del cuestionario en diferentes áreas, tanto fuera como dentro de los hoteles, se llevó a cabo a fin de evitar sesgos en la información, lo que permitió cumplir con el criterio de aleatoriedad en la muestra.

$$Y = \beta_y \tau + \Phi xy = \beta_x \tau + \delta \quad (1)$$

Dónde:

β_y = Matriz de tamaño “p x m” de coeficientes de variables endógenas

τ = Vector de “m x 1” de variables latentes endógenas

δ = Vector de “q x 1” de errores de medición de indicadores exógenos.

β_x = Matriz de tamaño “q x k” de coeficientes de variables exógenas

Φ = Vector de “p x 1” de errores de medición de variables endógenas

δ = Vector de “q x 1” de errores de medición de indicadores exógenos.

x, y = Conjunto de variables de observables.

En el modelo se plantean tres variables latentes exógenas: capacitación, clima organizacional (percepción de interacción) y discriminación (políticas de igualdad). A su vez, se plantea una variable latente endógena: calidad del empleo. Las anteriores variables latentes no observadas constituyen los constructos. Las variables endógenas observadas se obtuvieron del cuestionario aplicado a personal empleado en el sector hotelero de Los Cabos.

Revisión de la literatura

Para obtener la literatura en el tema investigado, se realizó una revisión bibliométrica identificando los estudios existentes que vinculen las variables exógenas clima organizacional, igualdad sustantiva y capacitación, con la variable endógena, es decir calidad del empleo en el turismo. La búsqueda se llevó a cabo en las bases de datos Scopus, ScienceDirect y Elsevier para el periodo 2015-2021; como algoritmo de búsqueda se utilizaron las palabras: capacitación, igualdad sustantiva y clima organizacional. En general, la investigación (que se realiza a partir de una revisión sistemática) ofrece una perspectiva global y fiable del tema objeto de estudio.

A continuación, se presenta una descripción de las variables en estudio.

Calidad del empleo

La calidad del empleo y la calidad del servicio guardan una estrecha relación, de manera que no debería existir uno sin la comparecencia del otro. De acuerdo con (Wilson, et al., 2012), los turistas perciben calidad en el servicio en directa relación con su impresión respecto del personal que lo presta; es así como los empleados con mejores condiciones de trabajo, transmiten de mejor manera los objetivos de las empresas y, por ende, ofrecen servicios de mejor calidad.

Desde esta perspectiva, la calidad del empleo, se puede definir como el conjunto de factores vinculados al trabajo que influyen en el bienestar económico, social, psíquico y de salud de los trabajadores. Los principales determinantes de la calidad del empleo son, en términos generales, el contexto económico y productivo y la institucionalidad laboral (Huizar Sánchez, et al., 2016)

La industria hotelera es una actividad económica orientada al servicio, por lo que depende de la gestión de calidad para el logro de su éxito empresarial y la sostenibilidad en el tiempo.

Clima Organizacional

Se entiende como clima organizacional la percepción del ambiente dentro de la institución, dadas las interacciones entre elementos internos y externos que influyen en el desempeño de los empleados y de la empresa (Martínez Martín, et al., 2020; Molina Gérman, et al., 2018) por tanto, el término clima organizacional se refiere a la manera cómo perciben y describen los empleados su ambiente laboral, en el marco social o contextual de la organización. De esta manera, el clima organizacional resulta ser un factor preponderante, dadas sus implicaciones, tanto en la calidad del servicio como en la percepción de los empleados (Mohammad, 2021; Bellou y Andronikidis, 2009). Las investigaciones de Amit y Raghuvir (2018) y Subramaniano y Shin (2013) indican que existe una influencia positiva del clima organizacional en la mejora del éxito de la organización en el sector hotelero, dado que el éxito de este tipo de organización depende de la satisfacción del cliente, pero también se ve influenciado por la actitud de trabajo de los empleados

Cabe indicar que desde antes de la pandemia del Covid19, la hotelería enfrenta una serie de cambios y retos para mantener su competitividad; uno de ellos es la alta rotación de personal, lo que representa un incremento de los costos de contratación-reemplazo de personal. Generalmente los trabajadores renuncian por un clima organizacional adverso a sus expectativas, resultado de indicadores percibidos como negativos respecto a elementos culturales, capacidades organizativas, relaciones interpersonales y apoyo percibido (Domínguez Aguirre, et al., 2020).

En México, recientemente se emitió la NOM-035-STPS-2018 “Factores de riesgo psicosocial en el trabajo-Identificación, análisis y prevención”, la cual señala la necesidad de valorar el clima organizacional de forma obligatoria por todas las empresas, como medida preventiva y de seguimiento que permita tener un diagnóstico (Diario Oficial de la Federación, 2018) Con esta norma se busca eliminar el estrés laboral, ya que se reconoce que el clima organizacional puede afectar la salud mental del trabajador por medio del estrés. En esta NOM se emiten recomendaciones de acciones específicas que permitan crear un óptimo clima organizacional, aunque para ello se deben modificar ciertas conductas del personal

Igualdad Sustantiva en la Actividad Turística

El concepto amplio de igualdad refiere que “todos los seres humanos, sin distinción de raza, credo o sexo tienen derecho a perseguir su bienestar material y su desarrollo espiritual en condiciones de libertad y dignidad, de seguridad económica y en igualdad de oportunidades” (OIT, 2010, p.78). Cabe destacar que la mayoría de los estudios de igualdad tienen enfoque de género, en específico el análisis de la igualdad en el trabajo compara la situación existente entre hombres y mujeres (Martín y Navarro, 2015; Pérez, 2016). Para Bárcena (2022) es necesario alcanzar la igualdad para lograr el crecimiento.

La Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres (2022) en su artículo 5, fracción V define la igualdad sustantiva como: “el acceso al mismo trato y oportunidades para el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos y las libertades fundamentales” (párr.11). Lo anterior implica que la igualdad sustantiva representa el derecho de todos los seres humanos a ser iguales en dignidad, a ser tratados con respeto y consideración y a participar -sobre bases iguales- en cualquier área de la vida económica, social, política, cultural o civil.

En este sentido un indicador de la igualdad sustantiva pasaría a ser el salario que se percibe entre hombres y mujeres. Al respecto Martínez y Morones (2021) argumentan que, si bien es cierto que la actividad turística en México concentra un mayor porcentaje de mujeres, éstas perciben un menor ingreso en comparación con los hombres. En este sentido Ferguson (2010) argumenta que el sector turístico se ha caracterizado por estar marcadamente estructurado en función del género, y que al igual que otras industrias, se tienen bajos salarios y situaciones de precariedad e informalidad.

Capacitación

La industria hotelera debe identificar las necesidades de capacitación de los empleados, a fin de que pueda responder y adaptarse al creciente número de visitantes a lo cual habría que agregar el cambio en el patrón de consumo y de actitudes de los turistas con posterioridad a la pandemia. La atención al turismo requiere de una serie de habilidades, entre ellas destaca la lingüística, esa capacidad de interactuar y entender al turista, en particular al extranjero, de ahí la pertinencia de capacitar para desarrollar o fortalecer el capital humano del sector turismo.

La capacitación también es el instrumento para acceder a nuevo conocimiento, considerando que los procesos cambian al introducir nueva tecnología y al buscar la mejora continua, la empresa debe y busca desarrollar una cultura organizacional de aprendizaje. Para De los Santos et al. (2021), los trabajadores asisten a cursos de capacitación, con la intención de aprender y desarrollar habilidades que puedan aplicar en el puesto que desempeñan.

En la práctica es común que se confundan algunos términos; en tal sentido, es conveniente señalar que el entrenamiento, prepara al trabajador para que desempeñe una función; el adiestramiento, es el proceso mediante el cual se estimula al trabajador a incrementar sus conocimientos, destrezas y habilidades; mientras que la capacitación, es la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al desarrollo del individuo en el desempeño de una actividad. Aun cuando entrenamiento, adiestramiento y capacitación son estrategias de igual importancia, dada su contribución a la generación de productividad y al desarrollo de competencias en los trabajadores, muchas veces las empresas ofertan capacitación sólo para cumplir con el ordenamiento señalado el Artículo 153-A de la Ley Federal del Trabajo.

En el caso específico del turismo, la capacitación de los actores locales es clave para el desarrollo de conocimientos, habilidades y valores afines a su sostenibilidad, como detonante de un ejercicio armonioso de las organizaciones con el entorno donde actúan (Vargas y Alfonso, 2012) En una empresa hotelera, la capacitación debe enfocarse en el desarrollo de

ventajas competitivas a partir de la calidad del servicio como valor agregado, para ello el negocio debe reconocer sus propias ventajas competitivas y tener la capacidad de diagnosticar las brechas entre los trabajadores para diseñar -estratégicamente- procesos de capacitación que conduzcan a responder (satisfactoriamente) las exigencias de los clientes (Reyes, et al., 2009), lógicamente centrándose en las características de la mayoría de los turistas que visitan un destino.

Indicadores turísticos de Los Cabos

El turismo es la principal actividad económica en la región, esto gracias a sus atractivos turísticos (fundamentalmente relacionados con la biodiversidad) y a las inversiones para explotar estos atractivos.

Los indicadores del turismo en Los Cabos, refieren que esta zona capta el 78% de la afluencia turística y concentra el 73.2% del total de hoteles de BCS; su oferta se sustenta en infraestructura moderna y de alta calidad, evidenciando que el modelo de desarrollo turístico del estado se concentra en la región sur, por lo que su peso es trascendente en la estructura económica de la entidad. Entre 2015 y 2022 el número de hoteles, DTC y resorts aumentó de 99 a 192 establecimientos, mientras que la oferta de cuartos hoteleros y unidades de tiempo compartido (UTC) se incrementó de 14,122 a 22,116 habitaciones. Actualmente, el 63.2% de la oferta corresponde a cuartos de hotel y cuartos en la modalidad “All Inclusive”; el 36.8% restante son UTC.

Tabla 1. Total de empleados por hombres y mujeres en el Subsector de Servicios de Alojamiento Temporal en Los Cabos, 2019-2022

Año	Hombres	%	Mujeres	%	Total
2019	19,146	61	12,479	39	31,625
2020	15,845	61	10,109	39	25,954
2021	19,408	60	12,995	40	32,403
2022	20,877	59	14,678	41	35,555

Fuente: Instituto Mexicano del Seguro Social, <http://datos.imss.gob.mx/mapas-interactivos>

En el periodo señalado en la tabla 1, se aprecia que en el subsector servicios de alojamiento temporal es mayor la proporción de hombres, aun cuando en 2020 disminuye a causa del COVID-19, no obstante, la proporción entre hombres y mujeres empleadas en este subsector se mantuvo en un nivel similar.

Tabla 2. Valor Agregado Censal Bruto y en los servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas para B.C.S. y Los Cabos.

Año Censal	Valor Agregado Censal Bruto (Millones de pesos)		
	B. C. S.	Los Cabos	%
2003	47	N/D	N/D ⁵
2008	671	577	86%
2013	341	172	50%
2018	779	591	76%

Fuente: elaboración propia con base en los Censo Económicos, 2003, 2008, 2013 y 2018.

⁵ NOTA: N/D = No Disponible

Resultados

Una vez realizado el análisis factorial confirmatorio, las variables endógenas observadas que explican a las variables no observadas son:

Capacitación.

- CAPA_V1: ¿Su nivel de escolaridad o especialización fue importante a la hora de ocupar su puesto?
- CAPA_V2: ¿Recibió algún curso de capacitación inicial cuando ingresó a trabajar?
- CAPA_V3: ¿Se le proveen los materiales y equipo personal necesario para desempeñar su trabajo?
- CAPA_V4: ¿Se le permite aplicar sus conocimientos en las tareas asignadas?
- CAPA_V6: ¿Recibe capacitación y actualizaciones periódicas de cómo mejorar su trabajo?
- CAPA_V7: ¿Ha recibido capacitación para manipular dicho equipo laboral?

Discriminación (políticas de igualdad)

- IGUALDAD_V2: ¿Existe alguna política de igualdad laboral?
- IGUALDAD_V1: ¿Existe una política sobre no discriminación?
- IGUALDAD_V4: ¿Existe algún mecanismo para prevenir y/o atender prácticas de discriminación laboral?
- IGUALDAD_V8: ¿Las oportunidades de ascenso laboral son iguales para hombres y mujeres?
- IGUALDAD_V10: ¿Existe confianza hacia sus jefes?
- IGUALDAD_V16: ¿En el tiempo que ha estado trabajando en este lugar ha recibido algún curso o programa relacionado con la temática de “igualdad laboral”?
- IGUALDAD_V17: ¿En su lugar de trabajo, se emplean personas con algún tipo de discapacidad?

Clima organizacional (percepción de interacción)

- CLIMA_V9: ¿En su empleo se promueve el trabajo en equipo?
- CLIMA_V10: ¿Se siente usted motivado para realizar su trabajo?
- CLIMA_V11: ¿Existe una buena comunicación entre sus compañeros de trabajo?
- CLIMA_V13: ¿Sus jefes inmediatos le brindan ayuda cuando lo requiere?
- CLIMA_V14: ¿Puede usted tomar decisiones para cumplir sus tareas o responsabilidades?
- CLIMA_V16: ¿Recibe incentivos para hacer mejor su trabajo? (bonos, comisiones, etc.)

Calidad del empleo

- Desempleo: Antes de ocupar el puesto, cuanto tiempo estuvo desempleado (meses).
- Sueldo tiempo: el sueldo es otorgado en el tiempo estipulado.
- Aguinaldo: Cuenta con las prestaciones de aguinaldo.
- Utilidades: Se percibe utilidades por parte de la empresa.
- Prima de antigüedad: Cuenta con prima de antigüedad

En la tabla 3 se muestran los estadísticos de ajuste del análisis confirmatorio, en la cual se observa que, de los once estadísticos de ajuste del modelo, se aprobaron ocho, lo que implica que el modelo muestra un buen ajuste y se justifica su estructura.

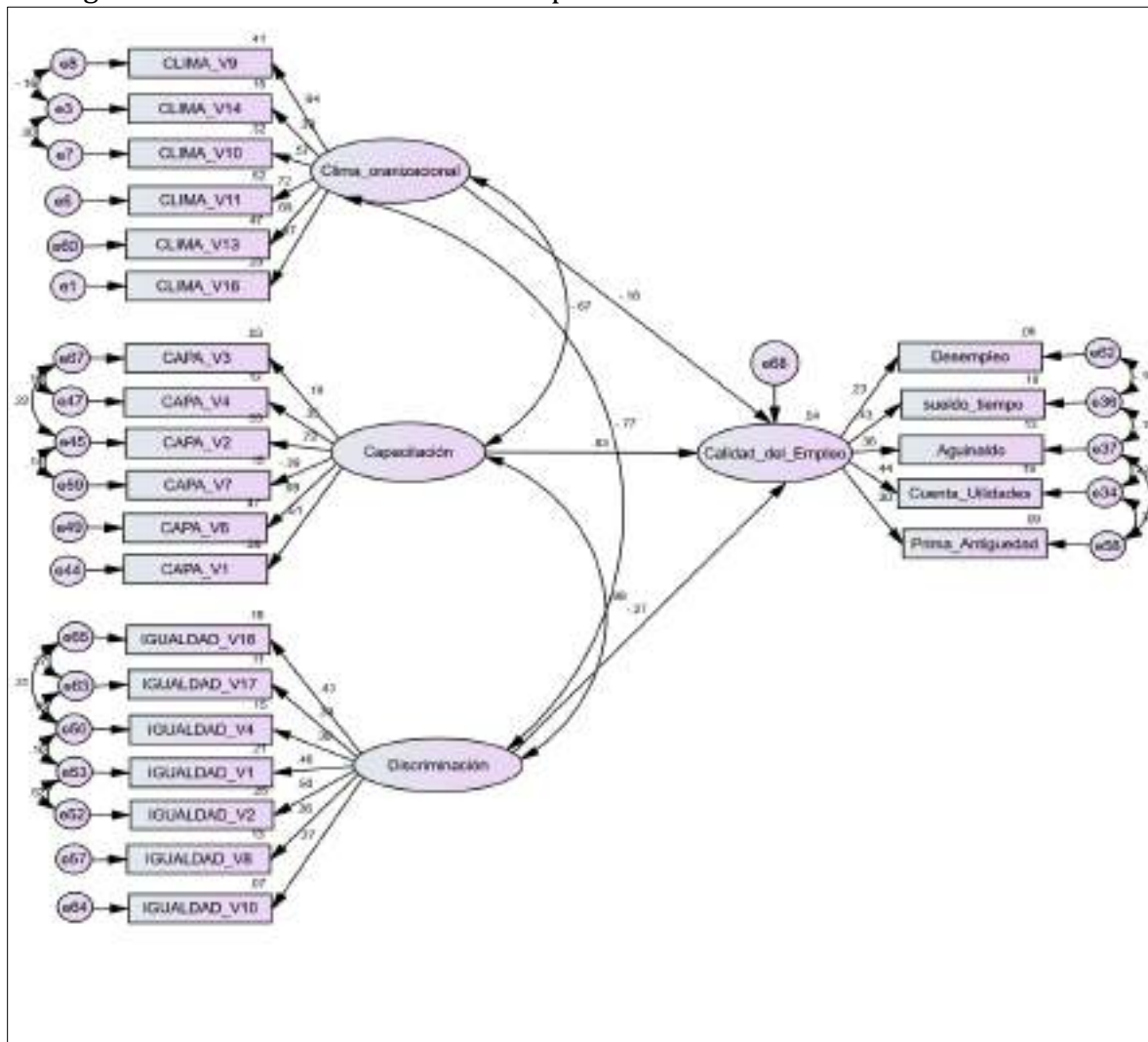
En el modelo para la calidad del empleo que se presenta en la figura 2, los resultados se expresan por medio del modelo de ecuaciones estructurales. Cabe señalar que las flechas de las variables clima organizacional, capacitación y discriminación que convergen en la variable calidad del empleo, explican el 54% de la varianza de la variable calidad de empleo.

Tabla 3. Estadísticos de bondad de ajuste y criterios de referencia.

Estadístico	Valor de aceptación	Valor del modelo
Chi-Cuadrado X ²	p-valor mayor que 0.05	X ² = 274.10 (P=0.072)
RMSEA	Menor que 0.08	0.029
GFI	Mayor que 0.90	0.911
NFI	Mayor que 0.95	0.795
NNFI (TLI)	Mayor que 0.90	0.951
CFI	Mayor que 0.95	0.959
IFI	Mayor que 0.95	0.961
Razón X ² /gl.	Menor que 4	1.810
AGFI	Mayor que 0.90	0.885
PGFI	Mayor que 90	0.702
RMR	Cercano a 0	0.061

Fuente: elaboración propia

Las interacciones del modelo, permiten referir que el clima organizacional (medido a partir de la percepción de interacción entre el personal de las empresas) impacta de forma negativa en la calidad de empleo, dado que el valor del peso estandarizado entre estas dos variables resultó ser de -0.18; esto implica que se presenta una relación inversa entre el clima organizacional y la calidad del empleo. Se debe destacar que los resultados obtenidos acerca de la percepción de los empleados del sector hotelero de Los Cabos, contrastan con los postulados tradicionales de los modelos teóricos del clima organizacional y calidad del empleo (Mohammad, 2021; Amit y Raghuvir, 2018; Subramaniano y Shin, 2013; Bellou y Andronikidis, 2009). Al respecto, es factible explicar esta situación dada la percepción de un ambiente laboral donde se requiere mejorar el trabajo de equipo, incentivar un entorno de mayor motivación, mejorar los incentivos económicos (bonos, comisiones, servicios sociales, etc.) y prestaciones, así como establecer acciones tendientes a mejorar la comunicación entre los compañeros de trabajo.

Figura 2. Modelo de calidad del empleo en el sector hotelero de Los Cabos⁶


Fuente: elaboración propia

Respecto de la interacción entre capacitación y calidad del empleo, el valor resultante fue de 0.83, lo que indica que existe una relación positiva entre estas dos variables. Lo anterior se explica porque los empleados sienten que, al ser contratados, su nivel de escolaridad y su especialización fueron un factor positivo al momento de obtener el empleo; a lo anterior se agrega la implementación de cursos de capacitación, así como los materiales y equipos que la empresa proporciona al personal para realizar su trabajo, a lo cual se suma la posibilidad de aplicar la capacitación recibida en sus tareas cotidianas.

⁶ Nota: Los valores en la parte superior derecha de los rectángulos, representan el coeficiente de determinación (R^2). Los valores en las flechas bidireccionales, corresponden a las covarianzas. Los valores de las flechas unidireccionales, corresponden al peso estandarizado de la regresión. Los valores en la parte superior derecha de la elipse, corresponden al porcentaje de varianza explicado por las variables latentes exógenas.

Respecto de la relación entre el factor de discriminación y la calidad del empleo, el peso estandarizado de la regresión resultó en -0.27; aun cuando se puede argumentar que el grado de relación es pequeño, la situación que define es que la relación entre ambas variables es negativa. Lo anterior se interpreta como: aun cuando las empresas diseñen y apliquen políticas de igualdad laboral o políticas de no discriminación, los empleados no perciben que estas políticas sostengan algún efecto positivo en su trabajo. Asimismo, este resultado puede tener su origen en que los mecanismos para prevenir y/o atender las prácticas de discriminación laboral no existen en las empresas, o simplemente estas políticas (de acuerdo a la percepción de los trabajadores) no están funcionando como deberían.

En las correlaciones entre las variables latentes exógenas se observa -en primera instancia- que el clima organizacional y la capacitación guardan una correlación negativa, dado que el coeficiente resultó en -0.67; con este resultado se puede establecer una relación inversa en donde, a medida que se tiene una mayor capacitación, el clima organizacional que es percibido como negativo en relación a la calidad del empleo, muestra una disminución.

Por su parte, la correlación entre las variables clima organizacional y discriminación es negativa, dado que el coeficiente resultó con valor de -0.77. Este valor pone en evidencia la relación inversa que existe entre estas variables; esto implica que, a medida que se incrementa el sentimiento de discriminación entre los empleados, el clima organizacional se percibe aún más negativo o desfavorable. En sentido contrario, en la medida que disminuye la sensación de discriminación, el clima organizacional se percibe como positivo.

El coeficiente de correlación relacionado con las variables de capacitación y discriminación, resultó positivo. Cabe aclarar que la variable de discriminación, se constituye como resultado de variables observables que denotan también igualdad entre los trabajadores en términos de políticas laborales, tanto para hombres como mujeres. Por ello, en la medida que existe un mayor grado de capacitación entre los trabajadores, las oportunidades entre ellos tienden a igualarse, no importando, por ejemplo, el género, algún tipo de discapacidad o cualquier otro factor de discriminación entre los trabajadores.

En lo que se refiere a las variables observables endógenas de cada constructo, se aprecia que, para el caso de clima organizacional, en todos los eventos el valor del peso estandarizado de la regresión fue positivo. De este constructo, las variables con mayor valor en su coeficiente de determinación fueron las variables CLIMA_V11 y CLIMA_V13, las cuales hacen referencia a la comunicación que existe entre los trabajadores, y al apoyo que perciben los empleados por parte de los jefes inmediatos, respectivamente.

En lo que respecta a las variables observables endógenas que conforman el constructo de capacitación, se destacan las variables CAPA_V2 y CAPA_V6; mismas que hacen referencia a los cursos de capacitación cuando se ingresa a laborar por primera vez en la empresa, así como a la capacitación y actualización de carácter periódica que recibe el empleado. En este sentido, se debe reconocer que los procesos de capacitación representan un fiel reflejo de lo que el personal percibe como una componente principal de la calidad del empleo en su empresa.

En el constructo de discriminación, se destacan las variables IGUALDAD_V1 e IGUALDAD_V2, las cuales se refieren a las políticas de igualdad laboral y a las políticas sobre

discriminación. Se destaca que son estos componentes los que -en gran medida- coadyuvan a explicar la calidad del empleo.

Finalmente, es conveniente señalar que -en algunos casos- los coeficientes de determinación resultaron más cercanos a 0 que a 1; no obstante, al realizar los ajustes al modelo propuesto, se decidió mantenerlos, ya que, en su conjunto, coadyuvan en que el modelo presente un buen ajuste en cada una de las pruebas realizadas.

Conclusiones

De acuerdo con el análisis de ecuaciones estructurales, se establece que la calidad del empleo del sector hotelero de Los Cabos se puede explicar a partir de distintas variables, tanto observables como no observables. Dentro de las no observables se establecieron el clima organizacional, capacitaciones y factores de discriminación. Dentro de las observables, están el tiempo de desempleo, el tipo de sueldo, reparto de utilidades, así como prestaciones tales como aguinaldo y prima de antigüedad.

Asimismo, se debe considerar que la capacitación es un elemento central, que no solo pasa por una cuestión de percepción de los trabajadores, sino que realmente es un factor de impacto sobre las actividades que deben de llevar a cabo el personal ocupado. El hecho de recibir una capacitación al inicio de que la persona inicia las actividades laborales y sobre todo la constante capacitación, con el objetivo de estar en constante actualización. Estas recomendaciones impactarían de manera positiva al sector, tal como se mostró en los resultados

Si bien la capacitación sería hasta un elemento obvio del reflejo de la calidad del empleo, el clima organizacional no debería pasar desapercibido. En este sentido, queda la recomendación a los directivos de las empresas de fomentar un ambiente de trabajo positivo. Promover el trabajo de equipo en un ambiente de respeto. Mantener motivados a los trabajadores, no solo desde lo económico, sino desde la buena comunicación de estos con los altos directivos. Estas recomendaciones coadyuvan en cambio la percepción de un mejor ambiente de trabajo en el sector hotelero de Los Cabos.

Finalmente, el factor de discriminación, que se explica por igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, y por un trato de respeto entre los trabajadores. Es deseable contar con políticas de igualdad laboral y de no discriminación, pero más importante es que éstas se cumplan. El hecho de contratar personas con alguna discapacidad, impartir cursos de igualdad laboral, que las oportunidades de asenso sean iguales entre hombres y mujeres son ejemplos de cómo se puede coadyuvar en elevar la calidad de empleo en Los Cabos.

Referencias

- Amitt, D. & Raghuvir, S.,** 2018. Determining the dimensions of organizational climate perceived by the hotel employees. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Volumen 36, pp. 40-48.
- Bárcena, A.,** 2022. Repensar el desarrollo a partir de la igualdad. *El Trimestre Económico*, 89(355), pp. 979-993.
- Bellou, V. & Andronikidis, A.,** 2009. Examining organizational climate in Greek hotels from a service quality perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(3), pp. 294-307.
- De los Santos, N. L., Pérez Postigo, G., Manriquez, M. L. & Salazar León, P.,** 2021. Efectividad de técnicas participativas en talleres de capacitación para agricultores que manejan tecnologías agrícolas en zonas alto andinas de Cotahuasi y Valle del Colca. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, Issue E39, pp. 60-76.
- Diario Oficial de la Federación,** 2018. Factores de riesgo psicosocial en el trabajo. Identificación, análisis y prevención. [En línea] Available at: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5541828&fecha=23/10/2018#gsc.tab=0
- Domínguez Aguirre, L. A., Lozano Jiménez, I. & Ramírez Campos, Á. F.,** 2020. El rol del conflicto trabajo-familia en la relación del clima organizacional y las intenciones de salida. *Cuadernos de Gestión*, 20(3), pp. 87-97.
- ENOE,** 2023. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. [En línea] Available at: <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/>
- Ferguson, L.,** 2010. Turismo, igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en Centroamérica. *PAPELES de relaciones ecosociales y cambio global*, Issue 111, pp. 123-133.
- Huizar Sánchez, M., Villanueva Sánchez, R. & Rosales Cervantes, G.,** 2016. Turismo y empleo de calidad ¿Una relación posible? En: *Los retos de turismo*. Universidad de Guadalajara: s.n., pp. 161-183.
- INEGI,** 2019. Censos Económicos 2003, 2008, 2013 y 2018. [En línea] Available at: <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/>
- INEGI,** 2021. Comunicado de prensa número 539/21. Estadísticas a propósito del día mundial del turismo. [En línea] Available at: <https://www.inegi.org.mx> [Último acceso: 31 Agosto 2022].
- Instituto Mexicano del Seguro Social,** 2022. Mapas Interactivos. [En línea] Available at: <http://datos.imss.gob.mx/mapas-interactivos> [Último acceso: 2022].
- Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres,** 2022. [En línea] Available at: https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4926719&fecha=02/08/2006#gsc.tab=0 [Último acceso: 2022].
- Martínez Martín, G., Martínez Torres, E., Ramírez Elías, G. & Martín Torres, M.,** 2020. La satisfacción laboral y clima organizacional del balanced scorecard y su impacto en la

imagen del servicio turístico. En: Planificación y gestión. Un aporte investigativo desde la óptica científico-social. Guayaquil, Ecuador: CIDE Editorial, pp. 113-144.

Martínez Sidón, G. & Morones Carrillo, A. L., 2021. Análisis y cuantificación de la discriminación salarial por género en el sector turístico de México. *Revista de Economía*, 38(97), pp. 88-113.

Mohammad, I., 2021. Examining the Dimensions of Organizational Climate on Jordanians Hotels. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(2), pp. 1013-1020.

Molina Germán, J. O., Pérez Melo, A. Y., Lizarraga Salazar, G. & Larrañaga Nuñez, A. M., 2018. Análisis de calidad de vida laboral y competitividad en empresas de servicios turísticos. *3c Empresa: investigación y pensamiento crítico*, 7(2), pp. 44-67.

OMT, 2021. Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición, Madrid, España: s.n.

Pérez Orozco, A., 2016. Desigualdades a flor de piel: Cadenas globales de cuidados. Concreciones en el empleo de hogar y articulaciones políticas. s.l.:ONU MUJERES.

Reyes, R. M. A., Pontones, C. & Rubino, J., 2009. Una Visión integral de la capacitación y su impacto en las organizaciones del Turismo. *Retos Turísticos*, 8(1).

Subramanian, I. D. & Shin, Y. N., 2013. Perceived Organizational Climate and Turnover Intention of Employees in the Hotel Industry. *World Applied Sciences Journal*, 22(12), pp. 1751-1759.

Vargas, A. & Alfonso, D., 2012. Sistema de gestión de capacitación para el turismo sostenible. *Retos Turísticos*, 11(1), pp. 43-48.

Wilson, A., Zeithaml, V., Bitner, M. & Gremler, D., 2012. *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm.* Maidenhead (England): McGraw-Hill: Education.

Turismo oscuro: la apertura de un nuevo modelo turístico en el contexto mexicano

Oscar Alberto Maldonado Ibarra¹

Sara Paola Pérez Ramos²

Resumen

El turismo es una actividad económica vinculada a los aspectos sociales y culturales insertos en el territorio, por lo cual, no es una actividad estática. Los intereses del turista van cambiando con las tendencias globales y regionales. El turismo oscuro, definido como aquel en que el visitante se siente atraído por sitios ligados a la muerte, catástrofes naturales o humanas (Georviev, 2020), está despertando interés entre los estudiosos del turismo. Como actividad, va cobrando mayor auge, demostrando tener cada vez más visitantes.

Como producto turístico, su potencial para el desarrollo es importante, y la comprensión de su funcionamiento y alcances es precisa para lograr su formalización en los territorios donde es practicada. Si bien, en México aún no es una categoría reconocida por instancias gubernamentales, existen muchos sitios donde es una actividad instalada y en crecimiento.

El objetivo del presente ensayo es realizar un análisis documental del turismo oscuro en cuanto a su conceptualización, categorías, impactos en el territorio y motivaciones de los visitantes, así como identificar su desarrollo en el territorio nacional. Se presenta como un fenómeno relevante, por su crecimiento sostenido en los últimos años, que, al ser debidamente estudiado, permitirá identificar espacios susceptibles a ser aprovechados por medio del desarrollo y gestión de la actividad con mayor orden, estableciendo criterios y tipificando los espacios.

El turismo oscuro es una oportunidad de acceder a beneficios económicos, pero también se ha expuesto como una actividad noble, al ser un turismo de bajo impacto social que fomenta la educación, la empatía, la identidad y la toma de conciencia.

Conceptos clave: 1. Turismo oscuro, 2. Desarrollo turístico, 3. Turismo negro

Introducción

A lo largo del tiempo, la actividad turística ha pasado por diversos cambios que van desde la evolución de los destinos a la creación de alternativas para cubrir nuevos mercados y necesidades. Dichas alternativas no se han estancado únicamente en el uso de la naturaleza y modelos convencionales como el de sol y playa.

¹ Doctor en Ciencias para el Desarrollo, la Sustentabilidad y el Turismo, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, oscar.maldonado@academicos.udg.mx

² Doctora en Ciencias para el Desarrollo, la Sustentabilidad y el Turismo, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, paola.perez@academicos.udg.mx

La historia es un elemento importante en este sector económico y una herramienta sólida para la creación de nuevas opciones. La relación entre la historia y el interés de los visitantes a determinados lugares hace que de manera regular se encuentren nuevos atractivos con potencial turístico. El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que se encuentra en constante cambio, principalmente por temas globales y porque las necesidades e intereses del turista también se han sumado a dichos cambios, causando la diversificación de su tipología (Molina Sala, 2019). En esta tipología se encuentra el tanatoturismo, turismo negro o turismo oscuro, que, para efectos de este trabajo, será el último concepto el que se utilizará.

Por un lado, las actividades de este tipo se pueden interpretar como aquellas visitas a campos de batallas, cementerios, memoriales, campos de internamiento y exterminio que atraen a turistas con interés en conservar la memoria histórica; por otro lado, se enfoca a dichos sitios con un interés educativo y a instituciones responsables de difundir una información de manera clara, por lo tanto, la activación y dinamización de la oferta turística se debe orientar a la valorización del patrimonio (Soro, 2017).

Con base a lo anterior, resulta importante exponer que, en el amplio paraguas del turismo cultural, existe un patrimonio tangible e intangible que se encuentra marcado por sucesos que se han vuelto trascendentes para la historia de un territorio específico o a nivel global, incluyendo acciones que van en relación a crímenes y delitos que dependiendo de la fecha, ciudad y personas involucradas pudieron ser actos lícitos o ilícitos, por esa razón se relaciona a la cultura, educación, investigación, justicia, entre otros.

Estas acciones no son nuevas, sino que no se tenía un concepto definido ante dicha actividad. La práctica del turismo oscuro se ha realizado hace cientos de años, pero no fue sino hasta la década de los noventa del siglo pasado que inició su conceptualización, puesto que existen investigaciones que han ido surgiendo en los últimos años, buscando las características más adecuadas para definir al turismo oscuro (Molina-Sala, 2019).

En medio de estos cambios sociales aparece el turismo oscuro, que se ha definido como aquel turismo en que los grupos de personas que se sienten atraídos por sitios ligados a la muerte, catástrofes naturales o humanas y que estando en esos lugares empatizan, recrean y tratan de interpretar los acontecimientos; todo esto luce como un comportamiento opuesto al turista clásico Georgiev (2020). Esta actividad cada vez va cobrando mayor auge a nivel global, sin embargo, aunque existen muchas actividades que podrían categorizarse como tal en México, oficialmente no se ha introducido este término, dejando lagunas informativas y obstaculizando el estudio del mismo.

Por tanto, el objetivo del presente trabajo es analizar las actuales actividades enfocadas al turismo oscuro, cómo están tipificadas y el desarrollo que han mostrado dentro del país, para de esta forma describir el potencial existente en el territorio nacional con base en los sitios ya aprovechados y aquellos que cumplen con las características que dicho modelo demanda. El ensayo se divide en cinco apartados. El primero está dedicado a los antecedentes del turismo oscuro. Un segundo apartado se dedica a exponer el impacto de esta actividad en el sector turístico. En tercer lugar, se exploran las motivaciones del visitante del turismo oscuro. En seguida se analiza la situación del turismo oscuro en México. Por último, se exponen las conclusiones.

Antecedentes del turismo oscuro

El concepto de turismo oscuro o dark tourism se le atribuye a Foley Lennon, quien lo utilizó por primera vez en la *International Journal of Heritage Studies*; durante los noventa fue cuando se plantearon diversas opiniones sobre este tipo de turismo y su importancia (Lennon, 1996).

El turismo oscuro puede definirse como el acto de viajar y visitar sitios, atracciones y exhibiciones reales o recreadas acerca de la muerte, real o ficticia, en el que su tema principal es sobre un ambiente macabro, se enfoca a aspectos como campos de batalla, esclavitud, prisiones, entre otros (University of Central Lancashire, 2014). Una característica es que en algunos casos no se trata de un hecho histórico, sino que la recreación del sitio o del acto se puede basar en una combinación entre lo verdadero y lo ficticio, lo que permite recrear sucesos sobre distintos temas, locaciones y personajes agregando detalles que aumenten la intensidad emocional.

Dentro del panorama de clasificaciones, una de las más reciente y aceptada a nivel internacional es la creada por Sharpley y Stone (2009), pertenecientes a la Universidad de Central Lancashire, en su obra *The Darker Side of Travel*, en ella exponen siete categorías creadas por los mismos autores, cada una asemeja un lugar con personajes, hechos y situaciones propias (Ver tabla 1).

Tabla 1. Destinos de turismo oscuro según la categorización de Sharpley y Stone

Categoría	Definición	Ejemplos de destinos
Fábricas de divertimento oscuro	Hace referencia a la diversión y explicación de lo ocurrido en algún sitio relacionado a la muerte o lo macabro.	Pompeya (Italia)
Exhibiciones	Productos relacionados a la muerte y que tienen un propósito conmemorativo, educacional y ético; si bien albergan un sentido comercial, no están ligados totalmente al entretenimiento.	Catacumbas de París (Francia)
Prisiones	Lugares que previamente fueron sitios para impartir justicia, pero que ahora se utilizan como atracción turística.	Prisión de Alcatraz (Estados Unidos) Prisión de Ushuaia (Argentina)
Sitios oscuros de reposo	Hace referencia a cementerios que preservan historia y personajes destacados en cualquier ámbito.	Valle de los Reyes (Egipto)
Santuarios	Lugares en donde se rinde respeto a un fallecido, se conmemoran los aniversarios, suelen contar con infraestructura.	Zona cero (Estados Unidos)
Escenarios bélicos	Sitios relacionados a la guerra, su fin es conmemorativo y educativo, permiten comprender las razones y consecuencias de los conflictos que originaron la confrontación.	Ciudad de Volgogrado (Rusia)
Campos de genocidio	Se relaciona a sitios donde se realizaron asesinatos masivos.	Campos de concentración de Auschwitz-Birkenau (Polonia)

Fuente: Elaboración propia con base en información de Sharpley y Stone (2009)

Considerando estas clasificaciones, la baraja de destinos se extiende, ya que existe un amplio patrimonio vinculado con los conceptos oscuros, tanto campos de concentración, homenajes a personajes, monumentos en relación a la guerra y otros sitios relacionados (Molina Sala, 2019). Al tener una claridad en las clasificaciones, resulta más fácil identificar sitios que han sido utilizados para este mercado.

A pesar de que no existen fechas específicas que se consideren los inicios del turismo oscuro, sí se encuentran sucesos marcados en la historia que reflejan la similitud con el mismo. Un ejemplo claro sobre esto es el de la antigua Roma, en donde se realizaban combates a muerte, los gladiadores entraban al coliseo y peleaban con animales o personas, otros eventos eran los de la edad media, cuando se apuñaban personas para presenciar decapitaciones o ahorcamientos (Molina Sala, 2019). El poder adquisitivo, aunque no es un factor, también colaboró con el impulso de este tipo de actividades, ya que existen antecedentes de que familias influyentes de Bélgica viajaban por mero placer a presenciar la Batalla de Waterloo (Seaton, 1999).

Existen sitios que salen de lo que son los servicios turísticos, es decir, regularmente el producto turístico se debe adecuar para ser ofrecido, en este caso resulta ser lo contrario, ya que en la icónica ciudad de Pripyat, Chernobyl, en Ucrania, el turista se debe de adaptar al sitio, esto por las características tan particulares, recordando que ahí sucedió un accidente nuclear que acabó con la vida de 25,000 personas (Biran y Oregon, 2011). Debido a esto, no se trata de un atractivo turístico al que se puede acceder como en los destinos convencionales, ya que, además del interés que se despierta por los hechos acontecidos, se considera un destino peligroso, debido a las radiaciones que aún persisten y a las restricciones aplicadas por el gobierno.

Los acontecimientos bélicos son uno de los temas más recurrentes en el denominado turismo oscuro, de los aspectos en los que se enfoca es en las víctimas civiles. Un claro ejemplo de esto son los campos de concentración de Auschwitz y Birkenau, en Polonia; las cifras exponen que murieron más de 1'100,000 personas a causa de las medidas tomadas por el ejército alemán comandado por Adolf Hitler (Biran et, al., 2011).

En algunos casos no se trata de sitios con hechos históricos de antaño, sino que pueden ser recientes, tal como sucede en el bosque de Aokigahara, también llamado "bosque de los suicidios", denominado así por la cantidad de personas que van a quitarse la vida en él, se estima que anualmente se suicidan entre 50 y 100 personas, además de aquellos que se catalogaron como desaparecidos; una particularidad del caso, es que no se observan características como en el resto, ya que las personas que visitan el lugar con motivos turísticos no lo realizan con un fin educativo, cultural, ni a promover la tolerancia, sino por razones ajenas y particulares (BBC, 2018; Aguilar-Enciso, 2018). Por otra parte, en el ejemplo del bosque de los suicidios se observa una problemática visiblemente social debido a que las personas que deciden quitarse la vida llevan encima desdichas, problemas emocionales y físicos, estas vicisitudes son aprovechadas por agencias que realizan recorridos en el lugar, utilizando el interés que surge por saber sobre lo acontecido como un gancho que puede servir para atraer turistas.

Así se refleja que conocer sobre acontecimientos poco convencionales y el misterio que se despierta son aspectos que mueven al turista, hacen que se desplacen a visitar sitios venidos en desgracia. Académicamente, son pocos los lugares que se han analizado desde esa

perspectiva, no obstante, existen algunos ejemplos, uno representativo es el Calabozo londinense en Londres, Inglaterra; puesto que en el sitio se percibe un claro interés por la educación, lográndolo por medio de la explicación de la historia medieval del país (Aguilar Enciso, 2018). Londres es uno de los destinos con más historia referente a escenas trágicas, desde la etapa medieval hasta la historia contemporánea, por lo cual se considera un destino idóneo para el turismo oscuro.

Crecimiento de la actividad y su impacto en el sector turístico

A pesar de no existir parámetros específicos para conocer el aumento del turismo oscuro, se consideran ejemplos para medir el interés, por ejemplo, durante el año 2017 en una búsqueda de Google, la expresión “Turismo oscuro” reflejó más de 50,800 resultados, en tanto que con su traducción como dark tourism más de 2’800,000 registros, algo que permite reflejar el interés que ha originado este fenómeno (Soro, 2017). Si se busca la palabra dark tourism en Google Trends³, puede observarse el interés o popularidad del tema en la web, que desde el 2004 puede seguirse y con altibajos, con una tendencia creciente (entre 25 y 50) que decayó después de que en el 2018 tuvo una popularidad máxima (100) según esta página, donde el decaimiento más notable es a partir de la pandemia en el 2020.

Ante la aparición de catástrofes en las ciudades o pueblos, la recuperación de dichos espacios se puede acelerar mediante la potencialidad de actividades de turismo negro, lo que permite que las comunidades sean resistentes a las adversidades (Korstanje y George, 2018). Sin embargo, el interés es vigente y hace que poco a poco se vaya convirtiendo que una opción sólida, ya que también se va reflejando en la derrama económica. Explorar las intenciones de viaje de los turistas permite tener una base para el desarrollo de estrategias para segmentar el mercado, principalmente en la etapa posterior a algún desastre (Cai, Li, Liu y Wen, 2021).

El día de la celebración de Halloween, que es una festividad netamente de Estados Unidos, se ha expandido por todo el mundo, como sucede en España, donde ha incrementado el gasto en ocio nocturno y un significativo aumento en la promoción de sitios relacionados al turismo oscuro. Uno de los destinos que más ha sido influenciado por esa celebración es México, en donde se pasó de recibir de 23 a 35 millones, en el lapso de 2012 a 2016, destacando que las celebraciones como el Día de los Muertos, decretados como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por parte de la Unesco, han sido pieza clave (Soro, 2017). Algo que se debe de considerar, es la cercanía entre el día de celebraciones de Halloween y el día de muertos, que, a pesar de ser cultural e históricamente muy distintas, ha creado una unión que se mercantiliza para potencializar el turismo en esos días. México tiene una estrecha relación con la muerte, además del día de muertos, ya que incluso en los actos ilícitos se ha generado una subcultura que se ha comercializado en las últimas décadas.

Sin duda el tema bélico es icónico dentro del turismo, sitios como el área las Ardenas, Bélgica; lugar que fuera escenario de un ataque entre 1944 y 1945 alberga una gran

³ Los números en Google Trends reflejan el interés de búsqueda en relación con el valor máximo de un gráfico en una región y un periodo determinados. Un valor de 100 indica la popularidad máxima de un término, mientras que 50 y 0 indican que un término es la mitad de popular en relación con el valor máximo o que no había suficientes datos del término, respectivamente.

cantidad de exposiciones que exponen y conmemoran la batalla, en tanto que ciudades como Berlín, que fue de los lugares más golpeados de la segunda guerra mundial, es en la actualidad de las más visitadas, obtuvo durante el año 2016 un registro de más de 12,7 millones de pernотaciones (Soro, 2017), cifra que indudablemente se refleja en temas de turismo y economía.

Es ahora muy visible que, la muerte y la tragedia han convertido al turismo oscuro en un segmento diferente y cada vez más generalizado en el panorama turístico, razón por la que en la actualidad su mercantilización se ha vuelto cada vez más organizada en diferentes destinos a nivel internacional (Santamaría y Flores, 2015). Se debe de reconocer que la facilidad de acceso a la información ha colaborado para que esto suceda, los acontecimientos trágicos persisten y son aprovechados cuando existe la posibilidad. El interés nace de distintas maneras, los medios de producción y comunicación como el internet, cine y televisión permiten que las personas conozcan de estos sitios, hasta llegar al grado de crear turistas potenciales, ya que resulta fácil transmitir hechos del pasado, recrear ambientes y situaciones que a la postre quieren revivir los visitantes (Llano y Araque, 2020).

La búsqueda de aquello diferente o ajeno a nosotros mismos hace que se despierte un interés particular, lo desconocido se puede mercantilizar y volverse un nuevo producto. Rodríguez (2012) expone que el acercamiento a diferentes culturas o la realización de viajes personales es una respuesta a la búsqueda de aquello desconocido.

En relación a esto, Jafari (2005) expone que el turismo podría considerarse una herramienta de medición, si se observa dentro de un mismo territorio y a nivel global, para así ver en qué estado se encuentra una región específica frente a su nación y el mundo, protegiendo el entorno ambiental, cultural, patrimonial y creando conciencia en los turistas enfocado a dichos aspectos. Por tal motivo resulta importante que, a pesar de las motivaciones que sienta cada turista, se inculque el respeto por la cultura y el lugar que visitan, resaltando que no se vea sólo como un negocio y que los sucesos acontecidos en cada lugar sirvan como un antecedente para evitar pasar por situaciones similares en un futuro. La exposición de sucesos trágicos ante la sociedad debe tener su lado positivo, que en este caso puede ir en la línea de crear conciencia.

Para Friedrich y Johnston (2013) las comunidades rememoran algunos eventos traumáticos como una manera de domesticar a la muerte, en donde los sobrevivientes de casos catastróficos se sienten en el olvido y con la necesidad de recordar los hechos, pero a su vez deseando que no vuelvan a suceder, aquí se crea una disyuntiva, ya que un sector considera que es inmoral comercializar con el sufrimiento de la comunidad, mientras que el otro decide obtener beneficios principalmente económicos. Aun y con los beneficios económicos visibles, la cuestión moral representa fuerza y es principal motivo, u obstáculo, como o se le quiera considerar, para que el turismo oscuro se potencialice.

Motivaciones del visitante del turismo negro

El perfil de las personas que deciden realizar actividades de turismo oscuro no está totalmente definido, podría observarse desde distintas vertientes y mezclar diversas características y perspectivas, puede ser un turista cultural, experimental o de aventura,

debido a que usa recursos como museos, monumentos, plazas, espacios al aire, libre entre otros.

Las motivaciones para el turismo oscuro son amplias y diversas. Stone y Sharpley (2008) sugirieron que consumir turismo oscuro puede ayudar a las personas a abordar cuestiones de significado personal, consideran que el consumo de turismo oscuro puede ayudar a la aceptación social de la muerte del individuo. Así, estos autores afirman que las visitas a lugares relacionados con la muerte y el sufrimiento son un mecanismo de "mediación de la mortalidad". Así, el turismo oscuro representa un "espacio seguro" para contemplar la mortalidad.

Por su parte, Biran y Buda (2018), exploran el consumo de turismo oscuro a través de la "Teoría de la gestión del terror" (TMT, por sus siglas en inglés). Afirman que el turismo oscuro como forma de consumo funciona como un amortiguador psicológico contra los miedos a la muerte, señalan que, el entretenimiento significativo puede funcionar, para algunos, como un amortiguador de la ansiedad ante la muerte al activar una defensa cultural de la cosmovisión (Biran y Buda, 2018).

Aunque la literatura temprana señalaba la fascinación por la muerte como motivo principal para visitar lugares oscuros (Stone y Sharpley, 2008). Así como la curiosidad morbosa, (Biran et al., 2014), hoy se puede afirmar que, no es el motivo exclusivo de visita a sitios oscuros.

En cuanto a las motivaciones personales de los visitantes del turismo oscuro, se encuentran el deseo o la oportunidad de educarse, aprender, comprender lo que sucedió en el sitio, la curiosidad, la obligación, la identidad nacional, la razón social, el recuerdo y la conmemoración (Isaac y C,akmak, 2014, 2016; Kang, et al., 2012; Yan, et al., 2016). Por lo tanto, las motivaciones de los turistas a los sitios oscuros son diversas, y muchas de las cuales suelen carecer de características oscuras.

Podoshen et al. (2015) consideran que muchos visitantes se sienten motivados por experimentar los sentimientos suscitados en mundos distópicos percibidos o hiperreales. Así, hay una fuerte motivación en el placer de la estética que permite la simulación y fomenta la emoción. Esto se alinea con Bloom (2000), que señala que los visitantes del turismo oscuro buscan la catarsis que se puede lograr confrontando eventos desagradables con los que no tenemos conexión personal o individual.

También existe motivaciones de índole social, por ejemplo, Podoshen (2018), señala que algunos motivos personales surgen no solo del deseo de los turistas de visitar los sitios oscuros, sino también de su deseo de mostrar que han estado allí y promover su propia imagen. Esto es apoyado por Lennon (2018) que señala que los teléfonos inteligentes han acentuado la centralidad de las imágenes fotográficas y el registro visual.

Así mismo, son varios los autores que coinciden en que la experiencia turística del turismo oscuro se asemeja mucho a la de los sitios patrimoniales (Light, 2017; Miles, 2014). Esto coincide con lo expuesto por Cai, Li, Liu y Wen (2021), quienes sugieren al patriotismo como otra motivación para el turismo oscuro.

Gran parte de la literatura sobre el turismo oscuro invariablemente define el fenómeno en el contexto del posmodernismo. En general, el turismo oscuro se ha promovido

como comercialización del duelo y mercantilización de la muerte, que se ha convertido en centro de atracción (Kunwar y Karki, 2019). Situación que no es de extrañar en el contexto del posmodernismo. Sin embargo, aunque el término oscuro denota falta de luz, como nuevo producto turístico tiende a generar conciencia, educación y entretenimiento sobre varios casos de historia y patrimonio, y tragedias.

El panorama del turismo negro en México

En México, el turismo representa el 8.6 % del PIB nacional y, tan sólo en el último trimestre de 2022, representó el 8.9% del empleo nacional (Gobierno de México, 2023), esto es, 4 millones 678 mil empleos directos. Además, según datos de la SECTUR (Gobierno de México, 2023), México captará 31 mil 169 millones de dólares por visitantes internacionales en 2023 de acuerdo a expectativas. El turismo fue y sigue significando una pieza clave para la recuperación económica posterior a la pandemia por COVID-19 (UNWTO, 2022).

Estos datos expresan la importancia que tiene la actividad turística en el desarrollo del país. Sin embargo, esta dependencia de la actividad también mantiene a las comunidades y empresas en un estado de vulnerabilidad. A decir de la Arroyo (2020), en términos de desarrollo, la vulnerabilidad no es sinónimo de pobreza. La palabra significa estar indefenso y/o tener inseguridad al estar expuesto a los shocks y estrés. Sin embargo, el turismo tiene la capacidad de fomentar el desarrollo sostenible de los destinos y ampliar los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras, pero únicamente si se planea desde una perspectiva que incluya consideraciones amigables con la sociedad y el medio ambiente (Arroyo, 2020). También, debido a la multiplicidad de vínculos con otros sectores e industrias a lo largo de su cadena de valor, está en posición para acelerar el progreso hacia los ODS.

Explícitamente, el turismo tiene metas que cumplir en tres de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico”, la meta 8.9 establece la necesidad de elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible, que permita generar puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales. Estas acciones también se expresan en el Objetivo 12 “Consumo y Producción Responsable”, con miras a lograr un turismo sostenible (ONU, s.f.).

En el caso de México existen ejemplos que pueden ser etiquetados en el rubro del turismo oscuro debido a su amplia relación con la muerte, desastres y actos criminales; sin embargo, no se ha identificado una línea de investigación fortalecida en dicho rubro, puesto que los trabajos referentes al tema son escasos (López y Van Broeck, 2018), o bien, no están catalogados dentro de esta categoría. Aun así, existen ejemplos claros y visibles como el día de muertos, las corridas de toros, visitas a cementerios y cárceles, entre otros.

Un aspecto fundamental es que a pesar de que en el país se pueden identificar una amplia oferta de actividades que asemejen al turismo oscuro, la Secretaría de Turismo de México no reconoce dicho modelo y tampoco etiqueta a los destinos como tal debido que hasta el momento no se ha introducido de manera formal a analizarlo y describirlo para su posterior reconocimiento (Aguilar Enciso, 2018). En ese sentido, los datos que se tienen para analizar al turismo oscuro como modelo de desarrollo regional son incipientes. Sin embargo, son varios los elementos que muestran a México como tierra fértil para esta actividad, al ser un producto que comercializa con la tragedia y desgracia humana.

Mucha gente local promueve la actividad como un modo de sobrevivencia, y la justifica con el argumento de que se busca que la población conozca estos espacios para que no se vuelvan a repetir historias de guerra o muerte. Si bien algunos de estos lugares no son muy visitados por la poca difusión que tienen, cada vez hay más interés en ellos (López, 2019).

Un ejemplo se da en la comercialización de las vicisitudes por las que pasa una persona o grupo de personas en búsqueda de mejorar sus vidas; un caso específico que se ha vuelto popular a nivel internacional son las recreaciones en el parque EcoAlberto en el municipio de Ixmiquilpan, Hidalgo cuya actividad principal es recrear la migración ilegal que sucede en la frontera entre México y Estados Unidos, su principal característica es experimentar la tensión entre el grupo perseguido y “la migra”, rol que es cubierto por pobladores del municipio, a su vez se recrean situaciones de riesgo en las que supuestamente se pondrían en peligro las vidas (Diez, 2011; Seguridad Total, 2011; citados en López López y Van Broeck, 2018).

La migración ha sido un problema persistente en el país, compartir la frontera con Estados Unidos genera que grupos grandes de migrantes de diferentes países decidan cruzar México para poder ingresar de manera ilegal al país vecino, en el trayecto pasan por una serie de problemáticas que ahora son recreadas y utilizadas como una actividad turística, algo que destaca es que, a pesar de hacer uso de la tragedia humana, a su vez se genera conciencia sobre lo que los grupos de migrantes tienen que vivir, sus penurias y problemas a lo largo del trayecto.

Así mismo, uno de los aspectos que ha caracterizado a México a nivel mundial es su relación con el narcotráfico, algo que se ha manifestado culturalmente de distintas maneras: a través de la música, en la arquitectura, en los negocios y casas asociadas a personajes del crimen, su relación con la religión y en los recorridos turísticos; este último ha tomado popularidad a través de los recorridos informales que se realizan principalmente en la ciudad de Mazatlán, Sinaloa, en donde se lleva a los turistas a lugares donde fueron capturados delincuentes, perpetrado crímenes y sitios que son o han sido propiedad de narcotraficantes (Santamaría y Flores, 2015).

Entre otros recorridos que pueden considerarse parte del turismo oscuro en México son las visitas a capillas como la de la Santa Muerte, una divinidad que la iglesia católica no ha reconocido, pero que, debido a su estrecha relación con el crimen organizado, es adorada y venerada (López y Van Broeck, 2018).

Sin duda el infortunio es pieza clave de este tipo de turismo, incluso la ineficacia de los gobiernos funciona como un elemento que refleja la tragedia y que resulta en problemáticas sociales, muestra de ello es el caso conocido como “las muertas de Juárez”, en Chihuahua; en la barda de la frontera con Estados Unidos, se ha llenado de cruces rosas como homenaje a las mujeres asesinadas, pero que se ha convertido de manera eventual como un sitio a visitar (Zamora, 2015).

La importancia del turismo oscuro en el desarrollo es tal, que en algunos casos el aspecto cultural logra transformarse en un ícono para alguna ciudad. Esto ha sucedido en Guanajuato, lugar en el que se encuentra el museo de las momias de Guanajuato, en donde se tienen en exposición más de 300 cuerpos que pasaron su proceso de forma natural gracias al clima de la región.

A continuación, utilizando la categorización de Sharpley y Stone (2009), se enlistan algunos de los destinos de turismo oscuro en el país (Tabla 2).

Tabla 2. Destinos de turismo oscuro en México según la categorización de Sharpley y Stone

Categoría	Ejemplos de destinos en México
Fábricas de divertimento oscuro	La isla de las muñecas (Ciudad de México) Narcotours en Sinaloa (Sinaloa)
Exhibiciones	Las momias de Guanajuato (Guanajuato) La isla de Janitzio en las festividades del Día de Muertos (Michoacán)
Prisiones	Las islas Marías (Nayarit) Fuerte de San Juan de Ulúa (Veracruz)
Sitios oscuros de reposo	Panteón de Dolores (Ciudad de México) Panteón de Belén (Guadalajara)
Santuarios	Memorables de las muertas de Juárez (Ciudad Juárez, Chihuahua)
Escenarios bélicos	La Alhondiga de Granaditas (Guanajuato) Castillo de Chapultepec (Ciudad de México)
Campos de genocidio	Plaza de las tres culturas, Tlatelolco (Ciudad de México)

Elaboración propia con base en información de Sharpley y Stone (2009)

A partir de estos ejemplos de destino, no solo se confirma su presencia en el país, sino que, dentro de la misma categoría, se ofrecen opciones diversas, dirigidas a distintos perfiles de visitantes, desde los que buscan historia, aventura o experiencias distópicas. El turismo oscuro, puede comercializarse e impactar en el crecimiento económico de la región, como lo ha hecho en diversos territorios. Sin embargo, también puede ser un fenómeno generador de conciencia (Isaac et al., 2019; Seaton, 2009; Cai, Li, Liu y Wen (2021).

México se encuentra posicionado entre los destinos con una mayor percepción para realizar turismo oscuro (López, 2019). Por sus condiciones culturales y tradicionales, México resulta un campo fértil para generar diversas expresiones de atracción en turismo oscuro, ligados a la muerte, al riesgo, al desastre o a lo macabro atrayendo el interés tanto de turismo local como internacional.

En ese sentido, el turismo oscuro puede impactar en el desarrollo, no solo en términos económicos, al ser una actividad que promueve el crecimiento del turismo local, sino, además, puede abonar en términos de desarrollo social, a partir de la cohesión e identidad de los residentes de los sitios de acogida, y de la contemplación de los problemas sociales que afectan el territorio mexicano.

Conclusiones

Una gran cantidad del patrimonio turístico cultural a nivel mundial está marcada por la desgracia y la tragedia; los actos bélicos, las colonizaciones, el poder y caída de los imperios, las historias de crimen, etc. El turismo oscuro es una actividad que ha cobrado relevancia y

ganado terreno como producto turístico. Su funcionamiento e impacto social, ha sido ampliamente estudiado en el Norte Global y países con economías avanzadas.

Si bien, muchas de las motivaciones del turismo oscuro tienen que ver con una curiosidad morbosa y la fascinación con la muerte, la literatura más actual coincide en que su naturaleza se asemeja mucho a la del turismo patrimonial. En ese sentido, las motivaciones del turismo oscuro están ligadas al interés histórico, la educación, la empatía, la búsqueda de identidad y la toma de conciencia.

En México, existe una diversa oferta de actividades con características de turismo oscuro, sin embargo, la falta de reconocimiento institucional de esta actividad como producto turístico obstaculiza su análisis y medición. No obstante, las características sociales, culturales y económicas del país, generan un ambiente propicio para seguir explorando este tipo de actividades.

El turismo oscuro suele ser un turismo que se gesta desde la comunidad local, con poca infraestructura e impacto ambiental, en ese sentido, con una planificación adecuada, puede servir de motor de desarrollo en economías emergentes.

Además, la literatura señala que el turismo oscuro brinda un espacio seguro para la contemplación de la muerte. En un país donde la tragedia y la muerte son parte de la cultura y de la realidad social, el turismo oscuro se presenta, no solo como un motor de desarrollo, sino como una posible herramienta preventiva, educativa y de cohesión social. México tiene una potencia cultural, histórica y natural amplia, que todavía puede diversificar y actualizar su oferta turística generando nuevas rutas de desarrollo.

Se concluye que el turismo oscuro es un fenómeno conformado de diversos elementos capaces de promover procesos de innovación social, al ser un tipo de turismo que suele gestarse desde los locatarios. El turismo oscuro puede sumar también a los procesos de inclusión, al servir de resguardo y promoción del patrimonio cultural de diversos territorios, además, al ser un fenómeno que en México no se ha masificado, puede lograr desarrollarse cuidando la esencia tripartita de la sustentabilidad, atendiendo el desarrollo social, económico y ambiental.

El turismo oscuro con sus variantes es una realidad palpable a pesar de no ser reconocida ni nacional e internacionalmente a través de un decreto o nombramiento oficial, y su influencia en el turismo se observa por medio de otras actividades reconocidas, principalmente en el tema cultural. Como actividad económica colabora en el desarrollo de los territorios social y económicamente, no obstante, es relevante tener estadísticas que lo fundamenten por medio de organismos oficiales, y reconocer que, por su naturaleza delicada al abordar temas de muerte y violencia, requiere que se establezcan criterios para su evaluación, reconocimiento y desarrollo, enfocados en el respeto hacia los espacios compartidos y hacia las personas que tengan cierta dinámica en ellos.

Referencias

- Aguilar-Enciso, J.** (2018) *Motivaciones turísticas en sitios asociados a la muerte en México*. Tesis de grado. México, Universidad Autónoma del estado de México.
- Arroyo, G.,** (2020), "Agenda 2030, guía para un turismo sostenible post COVID-19", *UNDP, Sitio Web*, disponible en: <https://www.undp.org/es/mexico/blog/agenda-2030-gu%C3%ADa-para-un-turismo-sostenible-post-covid-19> [12 de mayo de 2023]
- BBC Mundo,** (2018), "Así es Aokigahara, el bosque de los suicidios de Japón en el que el youtuber Logan Paul grabó su controversial video en el que aparece un cadáver" en *BBC Mundo*. Sitio Web, disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-42549316> BBC 2018 [28 septiembre 2022]
- Biran, A., Liu, W., Li, G., & Eichhorn, V.,** (2014). "Consuming post-disaster destinations: The case of Sichuan, China" en *Annals of Tourism Research*. Volumen 47, Julio 2014, pp. 1–17.
- Biran, A., y Oregon, G.,** (2011). "Sought experiences at (dark) heritage sites" en *Annals of Tourism Research*. Volumen 38, número 3. Marzo 2022, pp. 820–841.
- Biran, A., & Buda, D.** (2018) "Unravelling fear of death motives in dark tourism" en Stone, P.R., Hartmann, R., Seaton, T., Sharpley, R. y White, L. (eds.), *Handbook of dark tourism*. Basingstoke, Palgrave Macmillan.
- Blom, T.,** (2000). "Morbid tourism e a postmodern market niche with an example from Althorp" en *Norsk Geografisk Tidsskrift – Norwegian Journal of Geography*. Volumen 54, número 1, 2000, pp. 29–36.
- Cai, Y., Li, G., Liu, C., and Wen, L.,** (2021). "Post-pandemic dark tourism in former epicenters" en *Tourism Economics*. Volumen 28, número 1. Agosto 2021, pp. 175-199
- Friedrich, M., y Johnston, T.,** (2013). "Beauty versus tragedy: thanatourism and the memorialisation of the 1994 Rwandan Genocide" en *Journal of Tourism and Cultural change*. Volumen 2, número 4. Diciembre 2013, pp. 198–211.
- Georgiev, I.** (2020) *Análisis del turismo oscuro y sus motivaciones*. Tesis de grado. Gandía, Universidad Politécnica de Valencia.
- Gobierno de México,** (2023), "México captará 31 mil 169 millones de dólares por visitantes internacionales en 2023 de acuerdo a expectativas", Gobierno de México, *Sitio Web*, disponible en: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/mexico-captara-31-mil-169-millones-de-dolares-por-visitantes-internacionales-en-2023-de-acuerdo-a-expectativas/> [12 de mayo de 2023]
- Gobierno de México,** (2023), "PIB Turístico creció 7.4% en el 4º Trimestre de 2022", Gobierno de México, *Sitio Web*, disponible en: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/pib-turistico-crecio-7-4-en-el-4-trimestre-de-2022?idiom=es#:~:text=Con%20este%20resultado%2C%20se%20confirman,concluy%C3%B3%20el%20titular%20de%20Sector.> [12 de mayo de 2023].

- Isaac, R.K., y Çakmak, E.,** (2014). "Understanding visitor's motivation at sites of death and disaster: The case of former transit camp Westerbork, the Netherlands" en *Curr. Issues Tour.* Volumen 17, número 2. Marzo 2014, pp. 164–179.
- Jafari, J.,** (2005). "El turismo como disciplina científica" en *Revista política y sociedad.* Volumen 42, número 1. Septiembre 2005, pp. 12–19.
- Kang, E.-J., Scott, N., Lee, T. J., & Ballantyne, R.,** (2012). "Benefits of visiting a 'darktourism' site: The case of the Jeju April 3rd Peace Park, Korea" en *Tourism Management.* Volumen 33, número 2. Abril 2012, pp. 257–265.
- Kunwar, R., y Karki, N.,** (2019). "Dark Tourism: Understanding the Concept and Recognizing the Values" en *Journal of APF Command and Staff College.* Volumen 2, año 1. Diciembre 2019, pp. 42-59.
- Lennon, J.J.,** (2018) "Dark tourism visualisation: Some reflections on the role of photography" en Stone, P.R., Hartmann, R., Seaton, T., Sharpley, R. y White, L. (eds.), *Handbook of dark tourism.* Basingstoke, Palgrave Macmillan.
- Lennon, M.,** (1996). "Editorial: Heart of Darkness" en *International Journal of Heritage Studies.* Volumen 2, número 4. Abril 2007, pp. 195–197.
- Light, D.** (2017). "Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism" en *Tourism Management.* Volumen 61. Agosto 2017, pp. 275–301.
- Llano, F., y Araque-Suarez, G.,** (2020). "Los viajeros están de viaje: Turismo, memoria y la experiencia cultural del viaje" en *OSFPREPRINTS.* Julio 2020, pp. 1-30.
- López, A.,** (2019), "TURISMO OSCURO, ATRACTIVO EN MÉXICO: UNAM", *UNAM al día, Sitio Web*, disponible en: <https://www.fundacionunam.org.mx/unam-al-dia/turismo-oscuro-atractivo-en-mexico-unam/>.
- López-López, A., y Van-Broeck, A.,** (2018). "Turismo oscuro en México: bases para una nueva línea de investigación" en *Teoría y Praxis: turismo, negocios, recursos naturales.* Número 24. Abril 2018, pp. 9–22.
- Miles, S.,** (2014). "Battlefield sites as dark tourism attractions: An analysis of experience" en *Journal of Heritage Tourism.* Volumen, 9, año, 2. Enero 2014, pp. 134-147
- Molina-Sala, S.** (2019) *El magnetismo del turismo oscuro.* Tesis de grado. Alicante, Universidad de Alicante.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU),** s.f., "La Agenda para el Desarrollo Sostenible", *UNO, Sitio Web*, disponible en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/> [12 de mayo de 2023].
- Podoshen, J.S.,** (2018) "Dark tourism in an increasingly violent world" en Stone, P.R., Hartmann, R., Seaton, T., Sharpley, R. y White, L. (eds.), *Handbook of dark tourism.* Basingstoke, Palgrave Macmillan.

- Rodríguez, S.** (2012) *El Turismo Oscuro. Estudio de Caso: Budapest*. Tesis de grado. Segovia, Universidad de Valladolid.
- Santamaría, A., y Flores, S.,** (2015). "La detención del Chapo Guzmán y el nuevo santuario de los narcotours en Mazatlán, Sinaloa" en *Topofilia Segunda Época. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Territorios*. Volumen 5, número 1. Mayo 2015, pp. 361-378.
- Seaton, A.,** (1999). "Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism" en *International Journal of Heritage Studies*. Volumen 2, número 4. Diciembre 1999, pp. 9-79.
- Sharpley, R.,** (2009) "Shedding light on dark tourism: An introduction" en Sharpley, R. y Stone, P.R. (eds.), *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*. Bristol, Channel View.
- Sharpley, R. y Stone, P.** (2009) *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism*. Bristol. Blue Ridge Summit: Channel.
- Soro, E.,** (2017). "Turismo oscuro: perfiles, nichos, motivaciones y experiencias a nivel mundial" en *The Ostelea School Of Tourism & Hospitality*. Volumen 1, número 38, pp. 1-40.
- Stone, P., & Sharpley, R.,** (2008). "Consuming dark tourism: A thanatological perspective" en *Annals of Tourism Research*. Volumen 35, número 2. Abril 2008, pp. 574-595.
- University of Central Lancashire,** (2014), "Current Issues in Dark Tourism research: World-leading resource Hub for Dark Tourism Scholarship", *Sitio Web*, United Kingdom, disponible en: <https://www.dark-tourism.org.uk/> [28 septiembre 2022].
- UNWTO,** (2022), "LA RECUPERACIÓN DEL TURISMO ACELERA PARA ALCANZAR EL 65% DE LOS NIVELES ANTERIORES A LA PANDEMIA", *UWTO, Sitio Web*, disponible en: <https://www.unwto.org/es/news/la-recuperacion-del-turismo-acelera-para-alcanzar-el-65-de-los-niveles-anteriores-a-la-pandemia#:~:text=article%20on%20facebook-,La%20recuperaci%C3%B3n%20del%20turismo%20acelera%20para%20alcanzar%20el%2065%25%20de,niveles%20anteriores%20a%20la%20pandemia&text=El%20turismo%20internacional%20est%C3%A1%20en,sigue%20recuper%C3%A1ndose%20de%20la%20pandemia.> [12 de mayo de 2023].
- Yan, B.-J., Zhang, J., Zhang, H.-L., Lu, S.-J., & Guo, Y.-R.,** (2016). "Investigating the motivation-experience relationship in a dark tourism space: A case study of the Beichuan earthquake relics, China" en *Tourism Management*. Volumen 53. Abril 2016, pp.108-121.
- Yankholmes, A., & McKercher, B.** (2015). "Understanding visitors to slavery heritage in Ghana" en *Tourism Management*. Volumen 51, Diciembre 2015, pp. 22-32.
- Zamora, A.,** 2015, "Calan más de 20 años de feminicidios en demanda de justicia: Ciudad Juárez, urbe-museo de la impunidad", *Página abierta, Sitio Web*, Ciudad Juárez, disponible en: <https://paginabierta.mx/2015/07/25/ciudad-juarez-urbe-museo-de-la-impunidad/> [20 de junio de 2023].

CAPÍTULO 5

PATRIMONIO, IMPACTOS Y GESTIÓN DEL TURISMO REGIONAL

Patrimonio territorial y turismo biocultural: caso Citilcum, Izamal, Yucatán

Ángel Eduardo Peraza Cano¹

Mayanin Asunción Sosa Alcaraz²

Raúl Alberto Santos Valencia³

Resumen

La Bioculturalidad como un factor representativo de la cultura, contempla aquellas actividades que las sociedades han desarrollado como prácticas productivas bajo la organización de conocimientos tradicionales con respecto al medio donde habitan y su interpretación de la naturaleza. La preservación de estos recursos naturales y culturales ha marcado la historia de muchos grupos sociales e ilustra su identidad geo-territorial.

La actividad turística adquiere relevancia al posicionar los temas culturales situados en comunidades indígenas como un atractivo potencial para los turistas. Dicha potencialidad es adquirida por todas estas técnicas, mitos, costumbres y cultura propia de las comunidades hacia el uso y manejo de los recursos tangibles, intangibles y ambientales, los cuales son considerados una vía para poder llevarlos a cabo. Siendo que, la actividad turística es un elemento que promueve la actividad económica en las zonas donde se establece, el termino de turismo biocultural puede ser planteado desde aquellas otras tendencias del turismo alternativo como el turismo rural, ecoturismo, agroturismo, turismo de naturaleza, turismo de aventura, entre otros; mientras se desarrolle en una comunidad con dichas potencialidades de acuerdo a la relación naturaleza-cultura, la manera en la que son manejados los recursos naturales, desde el punto de vista del patrimonio biocultural, las diferentes escalas de importancia biológica, producción agrícola, domesticación y conocimientos indígenas tradicionales en las comunidades.

El patrimonio y el turismo biocultural generan un enfoque multidimensional por todos los elementos sociales, ambientales, geopolíticos y científicos que ofrecen perspectivas integradoras. Siendo así que, todos los imaginarios socio ambientales plasman éticas locales referentes a la integración de la naturaleza en actividades turísticas, por medios intangibles o técnicas heredadas de generación a generación, que desarrollan características patrimoniales a los pueblos como herencias endémicas y subjetivas a la interpretación, y que han perdurado por el paso del tiempo.

De esta forma, ¿cómo la identificación del patrimonio biocultural puede contribuir a la actividad turística, logrando su preservación? El presente trabajo examinará el patrimonio natural y cultural, que contribuya al impulso de un turismo biocultural, e involucre a la comunidad y el territorio en la preservación de los ecosistemas de Citilcum, Yucatán, a través de un turismo consciente y responsable.

Conceptos clave: 1. Bioculturalidad, 2. desarrollo, 3. sustentabilidad.

¹ Licenciado en Turismo Sustentable; TNM/Instituto Tecnológico de Mérida; MG21080626@merida.tecnm.mx.

² Doctora en Medio Ambiente y Sustentabilidad; TNM/ITM; mayanin.sa@merida.tecnm.mx

³ Doctor en Gestión Estratégica y Política del Desarrollo; TNM /ITM; raul.sv@merida.tecnm.mx

Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo generar una identificación de todas aquellas actividades hombre-naturaleza que representan el patrimonio biocultural de los pueblos como una parte de la identidad presente en cualquier comunidad de México. En este caso se emplea como ejemplo la comunidad de Citilcum, ubicada en el municipio de Izamal en el Estado de Yucatán, como parte de la identificación de recursos naturales y culturales, así como tradiciones, saberes y conocimientos que en la actualidad se encuentran vivos en la comunidad. De igual forma, se hace el reconocimiento a la actividad turística alternativa en una modalidad reciente, identificada como turismo biocultural, como parte de una sinergia identificada entre el turismo y el patrimonio biocultural, coadyuvando a la implementación y complementación de actividades que permitan el desarrollo local de los pueblos. En este sentido, el turismo debe ser entendido desde su planificación y desarrollo, ya que puede contribuir a los pueblos a salir de la pobreza, mejorando la calidad de vida, ya que en la actividad turística se encuentra el potencial de promover crecimiento económico e inversión en una escala local, esto genera oportunidades de trabajo, promueve negocios de familias en la localidad e impulsa otras actividades como la agricultura, pesca y artesanías en las comunidades receptoras, de acuerdo con Moreno y Coromoto (2011).

Izamal es una comunidad conocida como ‘pueblo mágico’. Alvarado-Sizzo (2015) comenta que su actividad turística recae en una herencia cultural e histórica, tal como su sitio arqueológico, convento Franciscano, gastronomía, conocimientos y tradiciones mayas; pero, también cuenta con reservas naturales como cenotes y senderos naturales. En este sentido, las dinámicas espaciales consisten en 25 sitios de interés turístico, incluyendo el centro histórico, 13 monumentos de sitios culturales, 4 zonas arqueológicas, 3 iglesias coloniales, 3 talleres artesanales y 3 espacios históricos y culturales. Por tanto, Izamal a nivel regional es un nodo turístico importante para Yucatán, y es una ciudad con un significado simbólico debido a la devoción de Nuestra Señora de Izamal (Preston, 1992). Aunque, son pocos los estudios que abordan las dinámicas territoriales, involucrando a las comisarías que pertenecen a este pueblo mágico. Entonces, presentaría una oportunidad para analizar el patrimonio cultural, histórico y natural que pueden ofrecer otras comisarías, que en conjunto impulsen una actividad turística biocultural en el norte del estado. Una oportunidad de desarrollo desde adentro y para estas comunidades. En particular, para Citilcum representaría una alternativa de reconocimiento y revalorización patrimonial, fomentando un turismo que apoye la naturaleza, la cultura, el buen vivir y los saberes locales.

Bioculturalidad

Para identificar la Bioculturalidad, hay que entender que dicho termino nace entre la relación de dos factores, la biodiversidad y la cultura. La biodiversidad representa un elemento importante desde el punto de vista cultural, ya que, contemplando estos dos factores de manera integral, la Bioculturalidad son aquellas actividades llevadas a cabo alrededor de las practicas productivas, la cuales son organizadas bajo una variada gama de conocimientos o saberes tradicionales y su interpretación de la naturaleza con respecto a su quehacer, su relación con el sistema de creencias o cosmos, el cual se encuentra ligado a rituales y mitos de origen (Toledo et al., 1993; 2001).

Un enfoque biocultural plantea un enfoque multidimensional, ya que establece implicaciones de carácter social, ambiental, geopolítico, diplomático y científico, ya que ofrecen puntos de vista innovadores de acuerdo a líneas específicas de diferentes áreas o ramas involucradas, y que permite la integración de dos o más campos de conocimiento que anteriormente trabajan de forma aislada. Desde una construcción multidimensional, se consideran tres elementos clave para considerar en un enfoque biocultural. El primero trata sobre la biodiversidad, de acuerdo con Wilson (1997), es planteada como la variación hereditaria, desde los genes de una especie, hasta las especies que componen a toda una comunidad y son parte viviente de los ecosistemas del mundo; la segunda es la cultura, según Kroeber y Cluckhoholm (1952), se compone de los comportamientos de manera explícita e implícita, adquiridos y transmitidos de los grupos humanos, constituyendo un patrimonio singularizado, donde su núcleo central son las ideas tradicionales y valores que se vinculan a ellas. El tercer elemento es la ecología, proveniente de la biología y según Ernst Haeckel (1869), comprende el estudio de las interacciones que existen entre los organismos y el ambiente que habitan, lo que conlleva a una relación entre organismo y el medio ambiente físico y biológico.

Hoy en día el patrimonio biocultural hace referencia a los imaginarios socio ambientales que dan paso a construcciones de éticas locales por medio de la aproximación o integración como unidad a la naturaleza y la cosmovisión que puede ser vinculada a los mitos de origen y reconstrucciones continuas de la tensión que existe entre la dominación y resistencia (Boege, 2017).

Turismo biocultural

El turismo en la actualidad se encuentra diferenciado, de acuerdo con Zamorano (2007), entre su clasificación convencional y alternativa. El primero, el turismo convencional incluye productos autónomos de la sociedad urbana e industrial, complementado con actividades turísticas que se planean y dirigen a masas, y en consecuencia presenta deterioros y amenazas socio-culturales y ambientales. Por otra parte, el turismo alternativo se representa un turismo de calidad, que implica establecer parámetros sustentables que promueven el desarrollo y crecimiento económico, la equidad social y la sustentabilidad ambiental, entendida la calidad como la existencia del valor en el tiempo libre del turista dentro de un entorno de gran importancia geográfica como social, lo que permite colaborar con un entorno cultural, con actividades alternativas, con otros turistas y los anfitriones de las vivencias y experiencias de gran aporte humano en un entorno de calidad. El mismo turismo alternativo se encuentra segmentado en diferentes ramas que han ido especializando en cada una de sus áreas, como es el turismo cultural, ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura y turismo biocultural, teniendo este último su adecuación reciente.

Es así que el turismo biocultural, tiene sus antecedentes en la estrecha relación del patrimonio biocultural y el turismo, logrando identificar aquellas actividades que presentan una relación hombre-naturaleza y que brindan una experiencia para todos aquellos visitantes que se interesan en ello. Es así, que el turismo biocultural, se expresa como un turismo vivencial de lo social, político y cultural, es una oferta sistémica, de carácter holista, obteniendo interacción directa de los actores con su papel en la biosfera y la cultura (Medina y Mérida, 2016). Por lo que, de acuerdo con Bello y Pérez (2017), es una actividad construida

por todas aquellas experiencias creadas entre los visitantes hacía las comunidades y las experiencias hombre-naturaleza y su cultura, promoviendo el aprender y compartir las formas de vida basadas en la preservación, identidad y respeto de los recursos naturales entre los actores locales frente una actividad turística, de la cual se origina una derrama turística, al ser una consecuencia de dicha relación, pero que no es su fin principal.

Material y métodos

Las estrategias seleccionadas para la presente investigación fueron el estudio de caso, el cual permite estudiar a profundidad un suceso específico en el entorno y contexto en el que se desarrolla, mediante un objeto y sujeto a estudiar, en el tiempo limitado para entender la situación actual del estudio (Bell, 2015). De igual forma, el uso de la intervención social fue seleccionada para la orientación de dicha investigación, que de acuerdo con Menéndez (2019), consta de una interacción mutua entre varios individuos que pertenecen a una comunidad, con el fin de conocer sus saberes, experiencias, conocimientos, y poder identificar sus rasgos y elementos característicos que los hacen parte de un grupo social, sus costumbres, tradiciones, normas sociales, identidad y diversidad. La investigación aplicó criterios cualitativos exploratorios, logrando reconocer de manera más específica los recursos, saberes, tradiciones y actividad social desarrollada en la comunidad de Citilcum, Yucatán. Empleando de esta forma la entrevista a diferentes actores, la observación y el análisis documental como parte de las herramientas que fungieron para identificar y reconocer las características de los recursos culturales, naturales y económicos de la comunidad, y su vinculación con la creación de actividades turísticas con un enfoque biocultural.

La identificación del patrimonio biocultural de la presente investigación se desarrolló por medio de una caracterización de recursos ambientales, culturales y económicos en la comunidad de Citilcum en el municipio de Izamal, Yucatán. En dicha caracterización se categorizaron un inventario de aquellos elementos biodiversos como culturales, reconocidos por su relación hombre-naturaleza, los cuales fueron vinculados con el factor económico mediante la actividad turística en la modalidad alternativa biocultural, como parte del fomento de atractivos vivenciales y de experiencia para una propuesta de trabajo de un turismo más consciente hacia la preservación cultural y ambiental.

Área de estudio

El área de estudio se estableció en la comunidad de Citilcum en el municipio de Izamal en Yucatán, México. La comunidad de Citilcum se encuentra aproximadamente a 25 kilómetros de la ciudad de Mérida, 10 kilómetros al oeste de Izamal, al sur a 1 kilómetro de la comunidad de Kimbilá y al norte colinda con la comunidad de Tekantó en una distancia de 7 kilómetros.

Actualmente el municipio de Izamal cuenta con cuatro comisarías; Citilcum, Kimbilá, Sitilpech y Xanabá. Citilcum es segunda comisaría más poblada con 2,339 habitantes.

Figura 1. Mapa de ubicación Citilcum, Izamal, Yucatán



Fuente: INEGI, 2023.

Resultados

Los resultados obtenidos en la presente investigación, se dividen en dos partes. La primera parte es la identificación de los recursos culturales, naturales y económicos hacia el reconocimiento del patrimonio biocultural de la comunidad de Citilcum, Yucatán. La segunda parte, se presenta como la vinculación del patrimonio biocultural identificado en sinergia con el turismo biocultural, hacia el reconocimiento de actividades que promuevan la participación e integración de la comunidad.

Los resultados antes mencionados, se obtuvieron mediante entrevistas a actores locales, observación práctica efectuada en la zona y análisis de documentos que complementaron el caso de estudio.

Identificación del patrimonio biocultural

Recurso cultural:

Tabla 1. Identificación de recursos culturales

Recurso cultural	
Recurso	Nivel
Bordado	Medio
Gastronomía	Alto
Fiesta patronal del “Padre eterno”	Alto
Fiesta patronal del “Cristo de la exaltación”	Alto

Celebración de “Día de muertos”	Alto
Feria del bordado	Bajo
Técnicas de cultivo	Alto
Ofrendas para las cosechas	Alto
Bailes regionales	Alto
Lengua maya	Alto
Iglesias	Bajo
Técnica sociocultural henequenera	Alto
Técnica sociocultural apícola	Alto
Técnica sociocultural de herbolaria	Bajo

En la tabla 1, se presentan los recursos culturales identificados en la comunidad, el bordado fue identificado como una técnica intangible que se lleva a cabo por algunas familias de la comunidad; la gastronomía es otra técnica intangible que sienta sus orígenes en la vida cotidiana de los habitantes del pueblo y en la creación de platillos regionales y platillos auténticos de la zona, como lo es el tayayu, una creación propia de la comunidad que consiste en una masa de tamal con carne guisado en olla; las fiestas patronales del “Padre eterno” y del “Cristo de la exaltación”, son las principales fiestas del pueblo, donde los pobladores se juntan en una peregrinación religiosa y se destina una casa donde se llevará a cabo la creación de distintos platillos para todos los asistentes a la fiesta, a esto se le suman bailes tradicionales y agradecimiento a la naturaleza al tomar los recursos necesarios para la creación de los platillos; el día de muertos, como en la mayoría de las comunidades del país, se llevan a cabo peregrinaciones, rezos a los difuntos, preparación de alimentos característicos de la fiesta, bailes, y demás expresiones de agradecimiento y honra a los difuntos; la feria del bordado, es un elemento que va tomando fuerza en la conjunción de las familias que se juntan para compartir en un espacio la venta de sus productos realizados a primera mano; las técnicas de cultivo, se identificaron principalmente como el conocimiento ancestral de llevar a cabo cultivos de productos como el maíz, frijol, calabaza y cítricos, donde se aprovecha todo el espacio disponible para su aprovechamiento; las ofrendas de las cosechas, son parte de agradecimiento por la obtención de recursos naturales que serán destinados a la alimentación y venta directa, normalmente se relaciona con las fiestas tradicionales del pueblo; los bailes regionales son saberes tradicionales que se llevan a cabo de acuerdo a las fiestas o eventos presentados en la comunidad, el baile tradicional presentado es la jarana; la lengua maya es un elemento muy importante a destacar, ya que la mayoría de la gente adulta habla la lengua, tradicionalmente se llega a hablar más en maya en la comunidad, siendo que la gente más joven entiende la lengua pero no la habla; las iglesias son lugares destinados a promover la fe entre los residentes de la comunidad, pero también representan monumentos históricos tangibles que se establecieron hace más de 400 años.

De igual forma, se identificaron tres elementos socioculturales, debido a su importancia cultural en la identificación de técnicas y conocimientos ancestrales llevados a cabo en su proceso productivo, el primero es la técnica henequenera, ya se dicho saber se remonta al auge henequenero del Estado de Yucatán, y dicho conocimiento ha sido transmitido de generación en generación; el segundo elemento es la técnica apícola, ya que

representa un saber ancestral del cuidado y aprovechamiento de la apicultura como sistema para la obtención de la miel y sus derivados; por último, la técnica herbolaria, como un conocimiento ancestral de medicina tradicional que se encuentra implícito en los saberes generales de las familias y que representa una opción a tratamiento de enfermedades por medio de flores y plantas.

Recurso natural:

Tabla 2. Identificación de recursos naturales

Recurso natural	
Recurso	Nivel
Henequén	Alto
Selva baja	Alto
Áreas para pastoreo	Alto
Monte	Alto
Plantas medicinales	Bajo
Suelo para siembra	Alto
Áreas maderables	Medio
Ganadería bovina	Bajo
Ganadería ovina	Bajo
Granjas porcícolas	Medio
Granjas avícolas	Medio
Sistemas apícolas	Alto
Plantíos de calabaza	Alto
Plantíos de maíz	Alto
Plantíos de cítricos	Alto
Flores endémicas	Bajo
Flores medicinales	Bajo
Flores comestibles	Medio
Aves endémicas	Bajo
Aves no endémicas	Bajo
Fauna salvaje	Medio
Fauna domestica	Medio
Cenotes	Bajo

En la tabla 2, se identificaron los principales recursos naturales en la comunidad, teniendo en primer lugar el henequén, como un plantío que se encuentra en un segundo proceso de desarrollo a nivel estatal; la selva baja es el tipo de vegetación característica de la zona; las zonas de pastoreo son enfocadas a los animales de granja que requieren alimentarse con el pastizales; el monte es el tipo elevación que alcanza la selva en la zona, ahí crecen diferentes especies vegetales, flores y fauna; las plantas medicinales crecen en la misma selva, algunas de estas plantas son nativas o endémicas de la región y son cotidianas de encontrar; el suelo para siembra es debido a los diferentes plantíos que son promovidos por la misma gente local para la obtención de diferentes productos agrícolas, identificando plantíos de calabaza, plantíos de maíz y plantíos de cítricos; las áreas maderables son diferentes zonas naturales donde se ha promoviendo la siembra de especies de arboles para el desarrollo del

producto de madera; las diferentes ganaderías reconocidas en la comunidad son la bovina, ovina, porcícola y avícola, siendo que las dos ultimas son identificadas con cotidianidad en las casas de las familias de la comunidad, para la crianza y consumo de su carne y productos derivados; los sistemas apícolas fueron identificados como parte del aprovechamiento del producto de la miel y sus derivados; se identificaron diversos tipos de flores para su uso y aprovechamiento en la preparación de alimentos, en la curación de enfermedades y malestares; se identificaron aves en la zona que pertenecen a la clasificación de endémicas y no endémicas; así mismo, existe fauna domesticada por las familias de la comunidad, así como fauna salvaje que habita en la selva; para finalizar, se reconoció la existencia de cenotes que no están abiertos al publico por cuestiones de seguridad y tamaño de la caverna, pero que sirven para la obtención del recurso hídrico y preparación de platillos.

Recurso económico:

Tabla 3. Identificación de recursos económicos

Recursos económicos	
Recursos	Nivel
Henequén	Alto
Bordado	Alto
Apicultura	Medio
Gastronomía	Alto
Sector ganadero	Bajo
Milpa de maíz	Alto
Visita a cenotes	Bajo

En la tabla 3, se identificaron los principales recursos económicos que representan la generación de ingresos en la comunidad; el henequén es el principal producto que representa una generación de ingresos para los habitantes de la comunidad, ya que no solo son las zonas de los plantíos de henequén en la comunidad lo que representa su importancia, sino que la comunidad cuenta con una desfibradora de henequén, la cual se identifica como única en la zona, esto no solo permite aportar al proceso de desfibración del producto, sino que genera empleos a los habitantes del lugar; el bordado es otro recurso identificado, ya que la mayoría de las familias de la comunidad se dedican al corte y bordado de distintas prendas para su venta, un punto importante a destacar, es que el bordado realizado en Citilcum se encuentra arraigado de la venta a clientes fijos y venta a proveedores, no hay puntos de venta directo del producto en la comunidad; la apicultura es un recurso que se encuentra en crecimiento pero se ve limitado al no poder promoverse en la comunidad, solamente existe un comprador industrializado que realiza la compra directa al por mayor, y al no contar con competencia no se pueden mejorar los precios para el producto de la miel de las familias dedicadas a dicha actividad; la gastronomía es un elemento importante a destacar, ya que son muy pocos los lugares que se dedican a la venta de comunidad, sin embargo la comunidad cuenta con el conocimiento de diferentes platillos interesantes y poco conocidos de gran atractivo culinario; el sector ganadero es limitado pero se identificaron zonas que promueven la crianza y venta del producto bovino; la milpa de maíz es de los principales sistemas agrícolas identificados y que permiten la crianza de otras especies, este elemento se encuentra presente de manera importante en la comunidad debido a los derivados del producto de

maíz, tanto para el consumo cotidiano como para la generación de otros productos y su venta directa y al por mayor; se identificó el recurso hídrico de los cenotes pero su visita es casi nula por las características geográficas que limitan su entrada, de igual forma no son cenotes explorados y requieren una inversión para poder ser aprovechables de manera económica.

Reconocimiento del patrimonio biocultural y actividades de turismo biocultural

A continuación, se presenta un listado de los recursos identificados como parte del patrimonio biocultural de la comunidad de Citilcum y los posibles productos turísticos aprovechables en una modalidad de turismo biocultural.

- **Recurso: Bordado.**

Característica biocultural: Representa una técnica cultural intangible de un conocimiento ancestral que se inspira de flora y fauna local para la creación de sus diseños.

Productos turísticos potenciales:

- Venta de ropa bordada.
- Talleres de bordado de ropa.
- Bordado de artículos con henequén.
- Visita a paisajes inspirados.

- **Recurso: Henequén.**

Característica biocultural: Representa un recurso agrícola parte del patrimonio natural de la región, el cual conlleva una serie de técnicas y conocimientos tradicionales en el proceso de su siembra, recolección y desfibración.

Productos turísticos potenciales:

- Taller de proceso de desfibrado.
- Visita a desfibradora.
- Creación y visita a paisajes henequeneros.
- Taller de artesanías.
- Historias y relatos de la actividad henequenera de Yucatán.
- Senderismo por paisajes.

- **Recurso: Gastronomía.**

Característica biocultural: Técnica de preparación de alimentos que forma parte del patrimonio cultural intangible de México, en el cual se emplean recursos de la naturaleza,

saberes ancestrales, agradecimientos por la obtención de ingredientes y tradiciones particulares de los pueblos en sus preparaciones.

Productos turísticos potenciales:

- Recorridos a paisajes para la recolección de ingredientes.
- Visita a cocineras.
- Clases de cocina tradicional.
- Talleres de presentación de alimentos.
- Cata de alimentos.
- Relatos e historias de la comida tradicional.
- Creación de alimentos de la zona (tayayu, arepas, etc.).

- Recurso: Apicultura.

Característica biocultural: Técnica ancestral de crianza y cuidado de las abejas, mediante el cual se aprovecha el producto de la miel y sus derivados. Dicha técnica es de gran relevancia debido a la preservación de las abejas por su importancia ecosistémica.

Productos turísticos potenciales:

- Obtención de miel, polen, cera, jalea real y propóleo.
- Recorridos a apiarios.
- Talleres interactivos del proceso de obtención de miel.
- Talleres de historia y concientización del cuidado de las abejas.
- Vinculación cultural y ambiental de la cosmovisión de la apicultura.
- Creación y cata de alimentos de productos de miel.

- Recurso: Maíz.

Característica biocultural: Representa un elemento natural importante en la cosmovisión de diferentes pueblos de México, su siembra y cosecha se remonta a una técnica cultural de generaciones pasadas prehispánicas que sigue viva hasta la actualidad, es de los principales productos agrícolas y la milpa de maíz es un sistema agrícola que se ha preservado a través de los años.

Productos turísticos potenciales:

- Obtención de maíz y platillos derivados de él.
- Visita y recorrido a los campos de maíz.
- Taller de procesamiento.
- Historias y leyendas de la milpa.

- Talleres gastronómicos de maíz.
- Rituales de cosecha de maíz.
- Talleres de artesanías con el maíz.

- Recurso: Lengua maya.

Característica biocultural: Representa un patrimonio cultural intangible como técnica lingüística de comunicación de la civilización maya que aún sigue presente hoy en día, y la cual tiene representaciones de la naturaleza con su vinculación con palabras y simbología específicas destinadas a elementos de dicho origen.

Productos turísticos potenciales:

- Talleres de aprendizaje de lengua maya.
- Historias y relatos en lengua maya.
- Recorridos a paisajes naturales y su significado en la lengua maya.
- Vivencias con familias maya hablantes.
- Rituales en lengua maya.
- Taller de preparaciones gastronómicas en lengua maya.
- Taller de bordado con terminología de la lengua maya.

- Recurso: Avistamiento de aves.

Característica biocultural: Es una serie de técnicas de identificación de avifauna local de distintas especies de aves endémicas y no endémicas, se desarrolla en torno a la naturaleza y ha sido practicada por diferentes culturas para el reconocimiento de las aves en el territorio, lo que conlleva a compartir elementos de enseñanza e interpretación de la naturaleza.

Productos turísticos potenciales:

- Recorridos paisajistas en áreas naturales por la mañana y tarde.
- Venta de guías y libros de especies de aves.
- Diseño de elementos de bordado basados en las distintas especies de aves locales vistas.
- Talleres de capacitación para realizar la actividad.
- Concientización del cuidado y preservación de las aves.

- Recurso: Festividades.

Característica biocultural: Representa un sistema de cultura rodeada de bailes, gastronomía, artesanías y festividad arraigada por tradiciones de practicas de agradecimiento, honor a santos o de ámbito religioso, de la naturaleza, entre otros, lo que genera una sinergia de

diferentes técnicas, conocimientos, saberes y cosmovisión de los elementos característicos de una comunidad.

Productos turísticos potenciales:

- Fiesta patronal “Padre eterno”.
- Fiesta patronal “Cristo de la exaltación”.
- Fiesta patronal de la “Candelaria”.
- Fiesta tradicional “Kots Kal Pato”.
- Día de muertos.
- Bailes de la región (jaranas).
- Gastronomía típica.
- Bordados.
- Productos de la miel.
- Artesanías de henequén, maíz y madera.
- Diversos talleres.

- Recurso: Monumentos.

Característica biocultural: Representa el patrimonio cultural tangible de los pueblos, su importancia radica en su establecimiento histórico cultural y son lugares de gran impacto social, su relevancia histórica por el paso del tiempo ha generado una vinculación directa en su asentamiento en áreas naturales o en un posicionamiento social de una comunidad, lo que ha generado su preservación. Estos monumentos de representación histórica pueden ser vinculados directamente a la cultura de un pueblo en la actualidad por el cuidado, preservación y uso de sus habitantes.

Productos turísticos potenciales:

- Visita a iglesias de las comunidades.
- Visitas a zonas o vestigios arqueológicos.
- Recorridos históricos a puntos relevantes de las comisarías.

- Recurso: Herbolaria.

Característica biocultural: Son conocimientos ancestrales que han sido preservados y transmitidos de generación en generación, desde el núcleo cotidiano de las familias y los saberes de medicina tradicional dentro de las comunidades, hasta su técnica especializada por el estudio de la flora y hierbas medicinales.

Productos turísticos potenciales:

- Talleres de identificación y uso de productos para tratamiento de enfermedades.

- Talleres de medicina tradicional maya.
- Cosmovisión botánica en la medicina maya.
- Capacitación de la población en conocimientos de medicina tradicional.

- Recurso: Madera.

Característica biocultural: Son técnicas arraigadas al conocimiento y aprovechamiento de los recursos forestales, dichas técnicas representan un saber tradicional de las especies y sistemas agrícolas para producir arboles que puedan destinarse a un proceso maderable, del cual obtienen diferentes derivados como muebles y artesanías.

Productos turísticos potenciales:

- Visita a senderos y recorridos a paisajes maderables.
- Artesanías de madera.

- Recurso: Cenotes y cavernas.

Característica biocultural: Representan un patrimonio natural tangible para la región de la península de Yucatán, su cosmovisión se encuentra relacionada con la cultura maya y es el principal recurso hídrico de agua dulce de muchas comunidades, por lo que su relevancia como recurso natural ha tenido un papel importante por el paso del tiempo de generación en generación.

Productos turísticos potenciales:

- Visita a cenotes con acceso.
- Visita y exploración de cenotes y cavernas.
- Rituales de agradecimiento para la obtención de agua.

Implicaciones para un turismo biocultural en Citilcum

a) La conservación del conocimiento ancestral e interculturalidad

Para el turismo biocultural se involucran diferentes aspectos de patrimonio (histórico, cultural y natural). Este tipo de turismo se complementa con otras actividades productivas del territorio como la agroecología; genera dialogo de saberes y tradiciones, lo que lleva a un aprendizaje intercultural y respeto mutuo entre los visitantes y las personas de la comunidad. La intención es mostrar a los turistas el aprecio hacia otras formas de vida y reciprocidad, valorando y cuidando el patrimonio a través de diferentes actividades tradicionales, así como defendiendo la autonomía y autogestión comunitaria. Este tipo de turismo debería considerar la revalorización y reconocimiento de la otredad de servicios ambientales, patrimonio, sociedad y cultura, interactuando todos en conjunto. La preservación de la identidad cultural, de los recursos naturales y las tradiciones de las comunidades para la actividad turística debe ser aceptada, planeada y autogestionada desde adentro de las

comunidades, para que sean los generadores de su propio autodesarrollo. Por tanto, la creación de empresas sociales o cooperativas pueden ser alternativas para el impulso del turismo territorial, cultural y ecológico.

b) Las políticas públicas a nivel estatal y municipal

El Estado es un actor social que lleva su propia agenda política, intereses que pudieran favorecer a empresas privadas; además, tienen capacidad de poder para implantar una actividad turística a la medida, asignar recursos para el fomento del turismo, y crear comités estatales. Es quien genera también políticas que legitimen y regulen a los actores sociales de un territorio con el propósito de incrementar la cultura de la actividad turística (Sánchez, 2012). Por lo que, esas acciones se convierten en planes o programas que ayuden a lograr un desarrollo territorial. Debe entonces surgir una política que favorezca la territorialización del turismo biocultural (Redetnoecología, 2023). *Es a partir de las políticas públicas que patrimonializan la cultura y la naturaleza de los pueblos originarios para colocarlo en el mercado glocal, en la apertura de un nicho comercial, en la cual las comisarías muestran su patrimonio biocultural para alcanzar un desarrollo comunitario* (Ramírez-Meléndez y Reyes de la Cruz, 2023, p. 24). Se necesitan políticas públicas que contribuyan al desarrollo de los territorios, a los pueblos originarios, que beneficien y no haya efectos negativos socioambientales.

c) La creación de nodos y sinergia geo-territorial

Citilcum ha hecho grandes esfuerzos por dar a conocer por medio de las redes sociales, su legado productivo, sus costumbres y gastronomía, invitando a otros actores sociales regionales y externos a conocer su patrimonio biocultural. Sin embargo, falta mayor organización y cohesión social a nivel municipal. El turismo biocultural sería una oportunidad para crear nodos turísticos entre las comisarías de Izamal, que articulen e impulsen el desarrollo territorial sustentable, participativo e inclusivo. Donde se invite al visitante a crear relaciones de empatía y reciprocidad, una conciencia ambiental y cultural, y que reconozca la relevancia de preservar las tradiciones y ecología de los pueblos originarios (Bello y Pérez, 2017). Es así que, la creación de circuitos turísticos bioculturales a nivel geo-territorial involucraría la acción y participación de actores locales, rurales y de diversos sectores económicos, para que juntos aprovechen la sinergia, compromiso y responsabilidad hacia la identidad cultural y patrimonio natural.

Conclusiones

El patrimonio biocultural representa la identidad de los pueblos, su pertenencia cultural radica en todas aquellas tradiciones vivas, saberes, conocimientos ancestrales y actividades que los representen como parte de sus usos y costumbres. Esto representa una alta probabilidad de relacionarse con otros elementos de su entorno, en este caso, la diversidad biológica o biodiversidad forma parte de su conjunto cuando se lleva a cabo la utilización practica o teórica de conocimientos de la naturaleza o de recursos naturales, lo que potencializa la forma de percepción de las actividades humanas con respecto a su desarrollo

en el núcleo socio-cultural. Es así, que las actividades bioculturales que conforman el patrimonio biocultural de un pueblo se encuentran presentes de manera implícita en la cotidianidad de sus actividades, el reconocimiento de dicho patrimonio forma parte de un elemento subjetivo que depende del contexto social y geo-territorial donde se encuentra establecida la comunidad.

La identificación del patrimonio debe poder establecerse de manera clara con respecto a las actividades culturales relacionadas con los recursos naturales empleados de manera directa o indirecta. Esto debe representar una forma más accesible de reconocer todas esas técnicas, conocimientos, saberes y elementos relacionados con la cultura y la naturaleza, con la finalidad de darles la importancia debida, dignificando su valor y promoviendo el reconocimiento de las actividades llevadas a cabo entre los pueblos, como parte de una alternativa a los problemas medio ambientales presentes.

Los planteamientos de proyectos turísticos enfocados en el patrimonio biocultural de las comunidades deben establecerse desde las necesidades y características culturales de los pueblos, así mismo, se deben asociar al cuidado y preservación de los recursos naturales que se establecen en su territorio, promoviendo alianzas entre los mismos pueblos y con autoridades que fomenten la protección de sus recursos haciendo partícipes a diferentes actores de distintos niveles. Esto representaría una nueva forma de realizar la actividad turística donde la relación hombre-naturaleza pueda promover una actividad entorno a las experiencias y productos provenientes de la Bioculturalidad de un pueblo, comunicando e integrando a las comunidades, y estableciendo modelos turísticos bioculturales donde la importancia económica sea un resultado de dicha actividad y no sea planteado como su objetivo principal.

Referencias

- Alvarado-Sizzo, I.** (2015). Territorial dynamics of cultural tourism in Izamal, Yucatán, México. *Geojournal*, México. DOI 10.1007/s10708-015-9663-1
- Bello, I. y A. Pérez,** (2017). *Turismo Biocultural: relación entre el patrimonio biocultural y el fenómeno turístico*. Argentina, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas Buenos Aires.
- Estrella, M. y A. González,** (2020). *Desarrollo sustentable: un nuevo mañana. Dimensiones de sustentabilidad*. México, grupo Editorial Patria.
- Lascurain, M. et al** (2022). “¿Qué significa biocultural?” en *Instituto de Ecología A.C.* [en línea]. México, disponible en: <https://www.inecol.mx/inecol/index.php/es/ct-menu-item-25/ct-menu-item-27/17-ciencia-hoy/1570-que-significa-biocultural> [Accesado el día 20 de mayo de 2022].
- Luque, D.** (2016). “¿Qué es el patrimonio Biocultural?” en *Red de Patrimonio Biocultural*. [en línea]. México, disponible en: <https://patrimoniobiocultural.com/patrimoniobiocultural/> [Accesado el día 20 de mayo de 2022].

- Preston, J.** (1992). *Spiritual magnetism: An organizing principle for the study of pilgrimage*. Edición Routledge, Reino Unido.
- Ramírez-Meléndez, M. y V. Reyes de la Cruz,** (2023). *La configuración de la Región Turística Biocultural Entre las políticas públicas y el patrimonio biocultural*. Estudios Sociales, México.
- RedEtnoecología** (2023). "Red Etnoecología y patrimonio biocultural de México". En *Red Etnoecología*. [en línea]. México, disponible en: http://etnoecologia.uv.mx/Red_Paginaprincipal.html [Accesado el día 18 de marzo de 2023].
- Sánchez, M.** (2012). *Patrimonio biocultural de los pueblos originarios de Chiapas: retos y perspectivas*. Edición Ávila, A. y L. Daniel, México.
- Toledo, V., Barrera-Bassols, N. y E. Boege,** (2019). *¿Qué es la diversidad biocultural?* Edición Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Zamorano, F.** (2007). *Turismo alternativo: servicios turísticos diferenciados*. Editorial Trillas, México.

La gastronomía tradicional y el turismo culinario como potencial para impulsar la soberanía alimentaria en Yucatán: el caso de las cocineras de Cuxtal¹

Ana Laura González Alejo²

Resumen

El gobierno de México, a través del Programa Sectorial de Turismo (PROSECTUR) 2020-2024, plantea la imperiosa necesidad de promover el desarrollo equilibrado, equitativo, justo y sustentable en los destinos turísticos de México para complementar el modelo tradicional de sol y playa que históricamente ha concentrado la infraestructura y los servicios turísticos (DOF, 2018). En este contexto, el turismo culinario se posiciona como una alternativa que coadyuve a la diversificación productiva de las localidades yucatecas a través de la movilización de actores locales, la promoción del empleo y el crecimiento económico para sectores complementarios al turismo.

La singularidad geográfica, histórica y cultural del estado de Yucatán le ha permitido el desarrollo de una diversidad de platillos regionales que actualmente se encuentran bajo la amenaza de un proceso de globalización y homogeneización alimentaria que ha generado una mayor disponibilidad y accesibilidad de alimentos industrializados de bajo nivel nutricional para la población local. El reciente proyecto turístico del Tren Maya, que iniciará operaciones en 2024, pretende potenciar el desarrollo turístico de la región peninsular, lo que constituye una oportunidad para revalorizar, a través del turismo culinario, la importancia económica, cultural, ambiental y nutricional de la cocina y los sistemas tradicionales de cultivo asociadas con la gastronomía yucateca.

En esta forma, este trabajo se propone reconocer el potencial gastronómico a partir de la identificación de cocineras con saberes y conocimientos tradicionales con relación a la gastronomía tradicional en asociación con cultivos e ingredientes de importancia cultural, ecológica y nutricional para la conformación de propuestas de desarrollo turístico bajo el paradigma de la soberanía alimentaria en Yucatán que integre comunidades, actores sociales y económicos locales para el fortalecimiento de la cadena de valor gastronómica de las cocinas tradicionales locales. Dentro de las principales conclusiones se advierte que las cocineras poseen, en efecto, diversidad de conocimientos con relación a su gastronomía local, la cual depende, como se constató, de la disponibilidad de productos agropecuarios tradicionales que, en algunos de los casos, han sido desplazados por otro tipo de ingredientes. Si bien es cierto, las cocineras tienen algunos cultivos y cría de animales en el traspatio, estos resultan insuficientes para sus recetas. En este sentido, se observa la disminución en importancia de la milpa maya para la producción de alimentos, al menos en las localidades visitadas.

Conceptos clave: 1. Gastronomía tradicional, 2. Turismo culinario, 3. Soberanía alimentaria.

¹ La autora agradece al Programa de Becas Posdoctorales de la UNAM por la beca otorgada en el Instituto de Investigaciones Económicas, bajo la asesoría del doctor José Gasca Zamora

² Doctora en Geografía, Instituto de Investigaciones Económicas, agleza2012@gmail.com

Introducción

Una parte importante del patrimonio gastronómico en México está en riesgo de perderse, ya sea porque la población ha emigrado de sus lugares de origen, llevando consigo valiosos conocimientos agroecológicos y de cocina tradicionales; o bien, se han perdido por el abandono de la actividad agrícola y/o de los cultivos tradicionales por actividades más redituables económicamente. Ambas situaciones también conducen a una pérdida de la agrobiodiversidad y de la riqueza biocultural local debido a la desaparición de los procesos productivos tradicionales que, eventualmente, impacta en la variedad de platillos regionales que se preparan, lo que conduce a una pobreza gastronómica y alimentaria que pone en riesgo la diversidad y riqueza de la alimentación tradicional, así como la soberanía alimentaria de las comunidades.

En este sentido, es necesario revalorizar los saberes comunitarios entre la población local. La demanda de experiencias turísticas vinculadas con las comunidades y con la gastronomía local permiten dar un valor y apreciación por la cultura alimentaria entre los propios habitantes locales cuyos patrones de consumo alimentario se han modificado en las últimas décadas hacia dietas altamente calóricas, ricas en grasas saturadas, alto contenido en sodio, azúcares y bajo contenido en fibra, debido al consumo cada vez más generalizado de productos ultra-procesados. Esta transición alimentaria entre la población rural ha desencadenado una epidemia de obesidad y sobrepeso, además de altas prevalencias de enfermedades no transmisibles (ENT).

De acuerdo con el PNUMA y OMT, (2005), el turismo tiene el potencial de impulsar el desarrollo, crear empleo y mejorar las condiciones sociales en áreas periféricas y marginadas, e incluso puede influir positivamente en la conservación de la naturaleza. En este contexto, el turismo culinario coadyuva a la intención de diversificar los beneficios que arroja el turismo, por lo general concentrados en un reducido número de destinos y prestadores de servicios, para trasladarlos a sitios y comunidades de gran riqueza biocultural que usualmente permanecen ignorados y fuera de las dinámicas territoriales del turismo, muchas de las ocasiones, por la ausencia de inventarios turísticos que recojan a detalle la existencia de recursos turísticos para una región en particular, como el caso yucateco.

En este sentido, esta propuesta de investigación, que articula soberanía alimentaria y turismo, pretende no sólo diversificar los mercados turísticos y extender el desarrollo económico al ámbito local en comunidades con gran riqueza biocultural y gastronómica, sino también posibilitar que la población tengan un mayor dominio sobre sus sistemas alimentarios locales con la intención de fortalecer su capacidad de producir alimentos sanos, sustentables y nutritivos a través del impulso de la actividad turística.

En esta forma, en esta ponencia se expondrá, en un primer momento, el paradigma de la soberanía alimentaria dentro de los estudios turísticos. Se revisarán algunas experiencias de investigación con relación a este abordaje teórico-conceptual y algunos de los casos de éxito más relevantes en Sur y Centroamérica. Posteriormente se hablará sobre el papel de la cocina tradicional dentro del turismo culinario como una forma de articular la producción de alimentos y la soberanía alimentaria con la actividad turística. En un segundo apartado se presentan los avances de la investigación que consisten en visitas de campo a cocineras tradicionales en comunidades rurales del estado de Yucatán y la relación que entablan con

procesos productivos locales. Finalmente, se exponen las conclusiones preliminares y algunas propuestas de actuación.

Soberanía alimentaria y turismo

Durante las últimas décadas, el turismo ha mostrado ser un sector dinámico con rápido crecimiento en todo el mundo. En muchos casos, esta actividad se presenta como una estrategia eficaz para impulsar el desarrollo económico, lo que se traduce en un aumento en la recepción de divisas y una mayor participación en el Producto Interno Bruto; no obstante, estos beneficios rara vez se reflejan en el mejoramiento de la calidad de vida de la población, o en la disminución de las desigualdades, ya que, por lo general, el turismo se integra de forma limitada con otros sectores productivos preexistentes en el lugar donde se implanta (Buades, Cañada y Gascón, 2012). Es el caso de la agricultura que ve reducida su importancia una vez que se promueve el desarrollo de la actividad turística debido a un modelo de desarrollo desequilibrado que favorece la actividad turística frente a la producción de alimentos.

Se reconoce que este modelo turístico genera, además de divisas, diversos y graves efectos adversos, tanto ecológicos, como sociales, económicos y culturales, sobre todo en contextos indígenas (Santafe-Troncoso y Loring, 2021). Estas modalidades de turismo tienen por objetivo, de acuerdo con las estrategias planteadas por la propia Organización Mundial del Turismo (OMT), abatir la pobreza a partir del incremento de los ingresos entre la población, particularmente a través del trabajo asalariado en los nuevos desarrollos turísticos. Una de las principales consecuencias de este proceso es la descampesinización, sobre todo entre la población rural más joven que emigra del campo hacia la ciudad para emplearse en el sector servicios, lo que implica el abandono de la producción de alimentos.

Esta visión centrada en la mercantilización de los productos turísticos, la diversificación de la actividad, y el incremento de los ingresos entre la población rural, no ha sido una solución para mejorar la disponibilidad de alimentos ni para abatir la inseguridad alimentaria (Santafe-Troncoso y Loring, 2021). Debido a lo anterior, se han generado modelos alternativos que cuestionan estos supuestos, y que proponen el paradigma de la soberanía alimentaria como un modelo que guíe las propuestas turísticas de desarrollo entre la población rural, campesina e indígena, y que tengan por intención favorecer la diversificación productiva en el medio rural para que las personas puedan permanecer en sus territorios sin vulnerar su capacidad para producir alimentos y para proteger, al mismo tiempo, la agrobiodiversidad de la que depende su identidad cultural y gastronómica.

El actual sistema alimentario se encuentra regido y controlado por un reducido número de corporaciones transnacionales que establecen lo que se produce a nivel global a través de un modelo industrial de agricultura que dicta las formas de producción, distribución y consumo de alimentos. La soberanía alimentaria, por el contrario, es el derecho que tienen los productores y las comunidades de producir sus propios alimentos y, en esta forma, tener control sobre sus sistemas de producción y consumo (Holt-Giménez, 2017). Este concepto surge en oposición al de la seguridad alimentaria donde, aunque se alude al acceso suficiente que deben tener las personas a los alimentos, no se considera cómo, dónde, quién ni cómo se producen. En este sentido, la soberanía alimentaria, más allá de un derecho a la alimentación, surge como un concepto que indaga sobre la democratización del sistema

alimentario en su conjunto al considerar el derecho que tienen las personas a decidir qué se va a producir, para quiénes y la manera en que se producirán los alimentos (Salvador y Torres, 2020).

La perspectiva de la soberanía alimentaria se contrapone al modelo hegemónico de producción capitalista y al monocultivo, a la agricultura intensiva y al desarrollo tecnológico agrícola. Propone una agricultura de alta intensidad humana, lo que implica propugnar por el trabajo campesino donde se reivindique el conocimiento local, popular y ancestral con respecto al cultivo de alimentos, al cuidado del entorno natural y a la preservación de la agrobiodiversidad para dotar a la población de alimentos sanos, nutritivos y culturalmente apropiados (Duch, 2014). Dentro de la perspectiva de la soberanía alimentaria se considera que el derecho de las personas y las comunidades por definir lo que se produce y cómo se produce ha sido limitado por un poder global social, político y económico que genera estructuras a través de las cuales se producen y distribuyen alimentos a bajo costo económico, pero de gran impacto ambiental, a través de corporaciones transnacionales y agroindustriales que socavan la soberanía alimentaria de los pueblos (Guzmán, 2020).

Cocina tradicional y turismo culinario

De acuerdo con algunos autores, el turismo de masas constituye un factor que contribuye a la degradación del ambiente, la alteración del paisaje, los ecosistemas y pérdida del patrimonio natural y cultural (Garrido y López, 2010). En el ámbito alimentario, el turismo ha contribuido a la expansión de una dieta globalizada que ha ocasionado una estandarización de los sabores y una homogeneización de la oferta y de los paisajes alimentarios de muchos destinos turísticos en el mundo (Richards, 2002).

Pero estas mismas fuerzas que moldean la globalización también se encuentran en pugna con lo local, sobre todo cuando los destinos turísticos desean diferenciarse para ser más competitivos; en este caso, la cultura local se convierte en una característica deseable y de gran valor para atraer turistas, tal y como ocurre con los destinos gastronómicos, que han mostrado un gran poder de atracción regional (Andersson, Mossberg y Therkelsen, 2017; Quan y Wang, 2004). El impulso de la gastronomía local y tradicional vinculada con el territorio puede contribuir al rescate del patrimonio gastronómico local y a la reactivación de la cadena de valor asociada a ésta (Eastham, 2019), ya sean estas las actividades agrícolas, las ganaderas, las artesanales o los servicios. Desde una perspectiva ambiental, la conciencia sobre la tradición culinaria y la revalorización de sabores y saberes tradicionales se relaciona con la consideración de que la cocina constituye un patrimonio cultural que debe ser protegido de la influencia de la globalización debido a su importancia ecológica y cultural.

Menezes y Almeida (2021) definen a los alimentos tradicionales como aquellos que persisten en el espacio y en el tiempo y que se elaboran actualmente con base en los saberes que se han transmitido por varias generaciones en un territorio determinado. Las cocinas son esos espacios donde se reproducen estos saberes y donde se preserva la cultura y las prácticas culinarias que definen cada cultura culinaria, aunque en las últimas décadas se han visto afectadas por diversos factores, uno de ellos, la destrucción de sus sistemas alimentarios locales, así como de los ecosistemas donde estas cocinas surgieron. El impulso

de la gastronomía tradicional recupera el valor ecológico y cultural de las variedades locales tanto animales como vegetales.

La alimentación había sido un tema escasamente explorada dentro de las investigaciones en turismo a pesar de su evidente importancia para el desarrollo de la actividad. De hecho, se calcula que un tercio del gasto que realizan los turistas a nivel mundial lo representa el consumo de alimentos y bebidas (Tikkanen, 2007). Actualmente, la alimentación es considerada como parte fundamental de la actividad turística y se ha considerado, por algunos, como un elemento diferenciador para los destinos turísticos (Kumar, 2019). El turismo gastronómico (Hjalanger y Richards, 2002), turismo de cocina, turismo culinario, turismo alimentario, turismo gourmet, son solo algunos conceptos que ayudan a estudiar estas particularidades.

Los procesos estandarizadores y homogeneizadores resultado del proceso de globalización amenazan las culturas alimentarias tradicionales y afectan nutricionalmente a la población local (Hall & Mitchell, 2002). En este caso, el turismo culinario puede jugar un rol fundamental en el impulso de los alimentos, ingredientes y cocinas tradicionales y vincularse con la promoción de la producción local de alimentos. Estas estrategias son útiles en la diferenciación de los destinos turísticos dentro de un mercado de gran competencia. De hecho, la comida se ha convertido, dentro de la industria turística, en un factor significativo de promoción y diferenciación de los destinos turísticos (Hall & Mitchell, 2002).

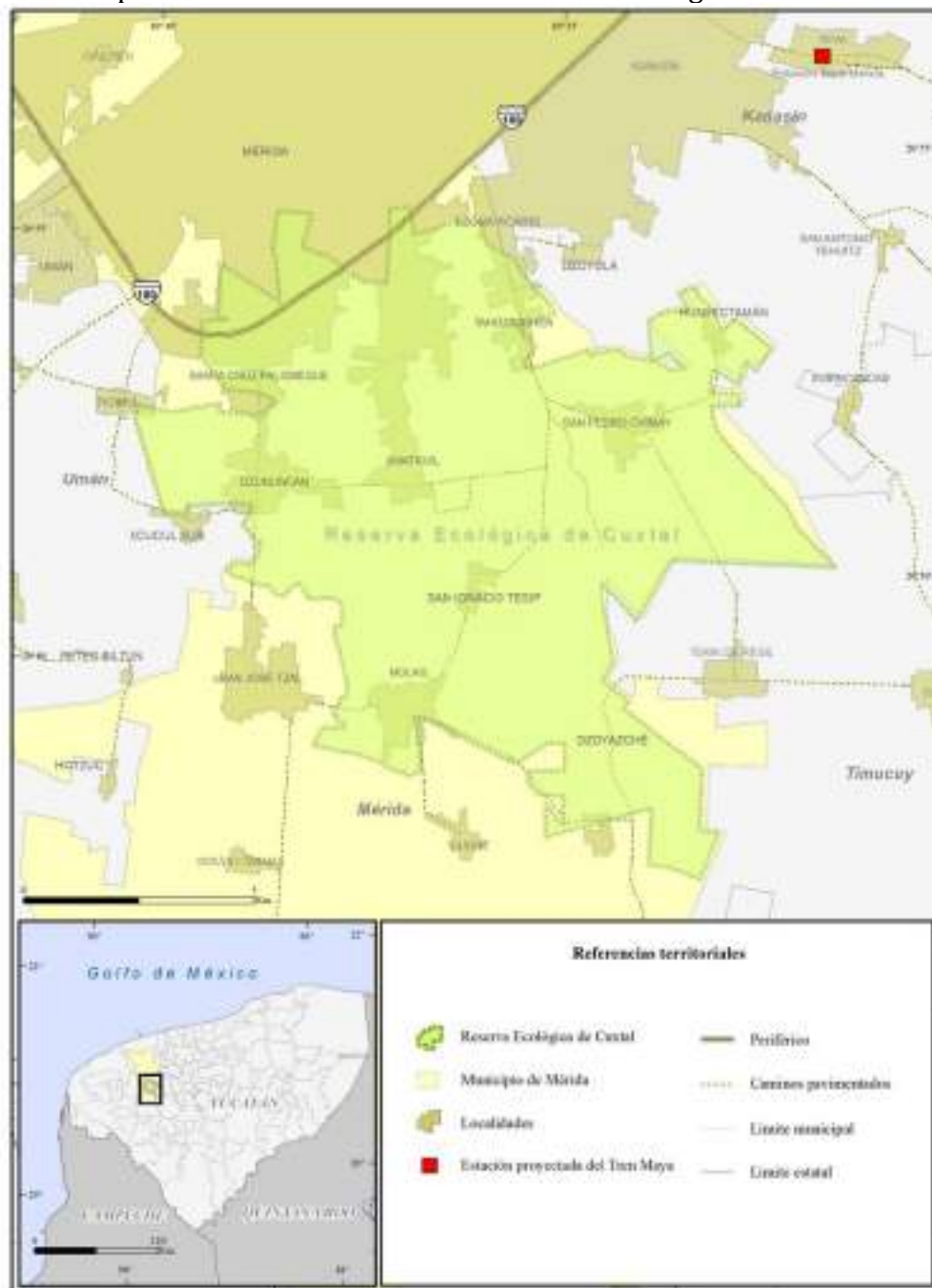
El impulso de la gastronomía local y tradicional vinculada con el territorio puede contribuir al rescate del patrimonio gastronómico local y a la reactivación de la cadena de valor asociada a ésta (Eastham, 2019), ya sean estas las actividades agrícolas, las ganaderas, las artesanales o de los servicios. Desde una perspectiva ambiental, la conciencia sobre la tradición culinaria y la revalorización de sabores y saberes tradicionales se relaciona con la consideración de que la cocina constituye un patrimonio cultural que debe ser protegido de la influencia de la globalización debido a su importancia ecológica y cultural.

México encuentra una importante área de oportunidad ya que la gastronomía mexicana ha sido inscrita dentro del Patrimonio Inmaterial y Cultural de la Humanidad, por la UNESCO, desde el año 2010. Se trata de la primera cocina del mundo en haber sido galardonada con dicha distinción debido, según consta en la declaratoria “al modelo cultural completo que comprende actividades agrarias, prácticas rituales, conocimientos prácticos antiguos, técnicas culinarias y costumbres y modos de comportamiento comunitarios ancestrales...que ha sido posible gracias a la participación de la colectividad en toda la cadena alimentaria tradicional: desde la siembra y la recogida de las cosechas hasta la preparación culinaria y degustación de los manjares”. Se refiere en específico a la milpa, a la chinampa; a los metates, a los molcajetes; a la nixtamalización del maíz y a la importancia que estas prácticas tienen para el desarrollo sostenible (UNESCO, 2010).

Las cocineras tradicionales en Yucatán: el caso de Cuxtal

La Reserva Ecológica de Cuxtal se ubica en la periferia urbana sur de la ciudad de Mérida, en Yucatán (mapa 1). Esta reserva está conformada por nueve distintos asentamientos rurales cuya población total es de 17 598, de los cuales, el 40.7% habla maya (INEGI, 2021).

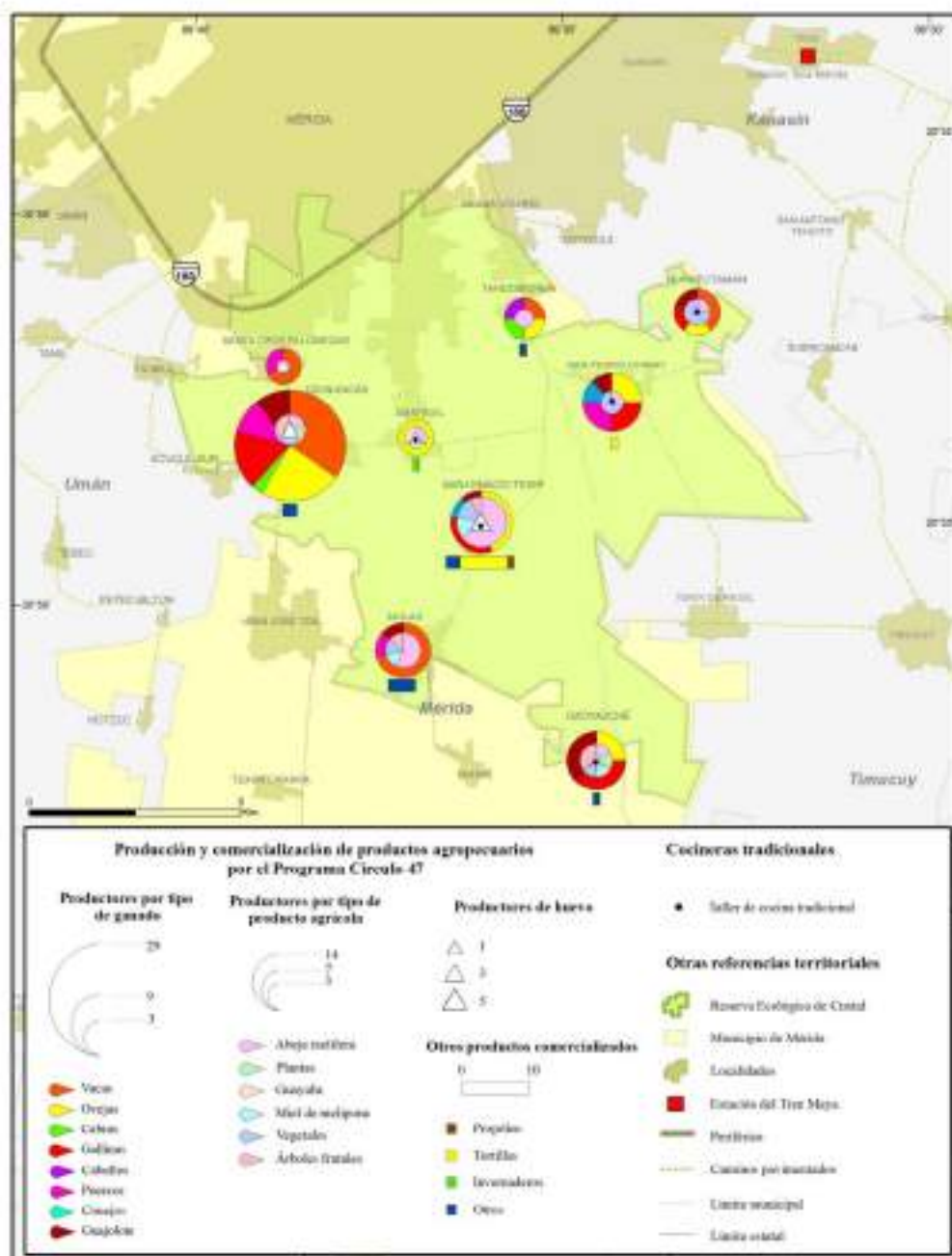
Mapa 1. Yucatán: ubicación de la Reserva Ecológica de Cuxtal



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI (2021) y CONANP (2022).

A través de trabajo de campo se realizó la identificación directa de cultivos agroecológicos y tradicionales en el área, sobre todo aquellos vinculados a la agricultura de traspatio a través de los denominados solares mayas. Se georeferenciaron y se integraron a una base de datos espacial (mapa 2).

Mapa 2. Cuxtal: Inventario de recursos culinarios



Fuente:

Elaboración propia con base en trabajo de campo y Programa Círculo 47 (2022).

En estos espacios se producen diversidad de productos relevantes para la gastronomía local como:chaya, achiote, jitomate riñón, hoja de plátano, hoja de roble, cerdo pelón, gallinas y pavos, miel de abeja melipona, calabaza Xmejen K'úum. Además de la producción de frutales y hortalizas, se crían animales tanto para autoconsumo como para la comercialización a través del programa Círculo 75. Se trata de un programa del gobierno municipal de Mérida donde se encuentran registrados productores agroecológicos de todo el

municipio y de la reserva. El programa tiene por intención promover la producción de alimentos a través de métodos agroecológicos. Estos productos son comercializados en ferias o a través de otros mecanismos regulados por el municipio. En la Reserva Ecológica se documentó la producción de chile, maíz, calabaza, jitomate, naranja, guayaba, papaya; carne de cerdo, borrego, cabra, conejo, pollo y pavo; así como también productos como miel, propóleo, huevo y tortilla.

Parte de la producción al interior de la reserva es utilizada para la preparación de alimentos tradicionales, desde bebidas como el pozole, el atole de masa, el atole de pinole; alimentos que provienen de la cría y de la caza como K'ol de iguano, el chechak de venado y el pipian de conejo. También se utiliza un elemento tradicional de la cocina local y que proviene de los huertos de traspatio: la chaya. Se utiliza para preparar empanadas, panuchos y diversidad de caldos. Con relación a los dulces típicos, se utilizan frutas y verduras de la reserva, como el dulce de papaya, el dulce de calabaza, tobilitos con masa de maíz nuevo, dulce de pepino y dulce de torreja.

Una vez registrados los espacios de producción, se identificaron las personas con conocimientos gastronómicos tradicionales y la relación que se establece entre los saberes gastronómicos, agroecológicos y la soberanía alimentaria de estas comunidades.

Cocinera Adalberta Chan Itza

La señora Adalberta se dedica al hogar y a preparar alimentos para vender por las noches. Destaca su conocimiento sobre las recetas tradicionales de Dzoyaxché, una de las localidades dentro de la Reserva Ecológica, el uso de leña para cocinar y la nixmalización (imagen 1) que realiza diariamente del maíz para la preparación de sus recetas.

Imagen 1. Maíz nixtamalizado para la preparación de diversos platillos tradicionales



Fuente: elaboración propia.

Durante muchos años, el esposo de Doña Adalberta se dedicó a la milpa, pero desde que decretaron la conformación de la Reserva Ecológica se vieron impedidos de continuar con el cultivo de sus alimentos, por lo que ahora algunos de los insumos que utiliza para cocinar son comprados en la ciudad de Mérida. La ausencia de milpa ha ocasionado, según la propia Adalberta, que algunas recetas comunes hayan dejado de ser preparadas y consumidas con regularidad ya que tendrían que trasladarse a Mérida para abastecerse del ingrediente que

necesitan. Este es el caso de los chanchamitos (imagen 2), que son tamales en hoja de maíz sancochados. El pollo y algunos otros ingredientes que utilizó para la preparación de la receta fueron obtenidos de la producción de vecinos de su localidad.

Imagen 2. Chanchamitos de maíz nixtamalizado, hervidos en agua y cocidos en leña



Fuente: elaboración propia.

Cocineras Basilia Cauich, Silvia Moo, Leticia Moo y María May

La señora Basilia Cauich es reconocida dentro de la comunidad de San Pedro Chimay como una cocinera que posee conocimientos y saberes sobre la gastronomía local. Para sus preparaciones utiliza técnicas tradicionales como la elaboración de recado rojo en molino de mano, la nixtamalización, la preparación de tortillas a mano y el uso del pib. Actualmente, debido a su avanzada edad, transmite sus conocimientos gastronómicos a sus hijas y sus nueras (imagen 3). En la visita que se realizó a su domicilio particular, prepararon vaporcitos de espelón (imagen 4), que es un frijol tierno muy utilizado dentro de la gastronomía yucateca.

Imagen 3. Silvia Moo prepara vaporcitos de espelón



Fuente: Elaboración propia.

Imagen 4. Vaporcito de espelón.



Fuente: Elaboración propia.

Cocineras Aurora Méndez, Elsy Puc, Asteria Cetz, Estela May, Nidia, Méndez, Casimira Piña

En la comisaría de San Ignacio Tsip se localizó a la cocinera Aurora Méndez. Además de cocinera, la señora Aurora cría animales en su solar maya, donde produce naranja, limón, chaya, achiote y diversidad de chiles que utiliza para cocinar. En su pequeña granja cría al cerdo pelón mexicano (imagen 5), una raza muy preciada por los yucatecos pero que poco a poco ha visto reducida su producción debido a la introducción de otras variedades de cerdo comercial como el tipo Americano. Actualmente, el cerdo pelón mexicano se considera en peligro por lo que hay programas gubernamentales que buscan su rescate y preservación.

Imagen 5. Cerdo pelón mexicano criado en transpatio en San Ignacio Tsip, Mérida



Fuente: Elaboración propia.

Las cocineras prepararon escabeche enterrado y relleno negro. La mayoría de los ingredientes que utilizaron los obtuvieron de sus cultivos de transpatio (imagen 6), a excepción del maíz, que lo compraron en una tienda Diconsa en San Ignacio Tsip. La preparación la realizan en el mismo solar donde no sólo disponen de los ingredientes, sino donde además se encuentra el pib, que es un horno bajo tierra comúnmente utilizado en la Península de Yucatán para cocer los alimentos (imagen 7).

Imagen 6. La señora Estela May prepara escabeche enterrado en el solar donde cría gallinas, pavos y cerdos



Fuente: Elaboración propia.

Imagen 7. El pib es un horno bajo la tierra. En San Ignacio Tsip lo cubren con hojas de roble, lo cual le otorga al platillo sabor y olor



Fuente: Elaboración propia

En la elaboración de ambas recetas se constató la participación de todas las cocineras en diversas tareas, al final de las cuales todas se reunieron entorno a una mesa a hacer tortillas a mano mientras conversaban sobre diversos temas (imagen 8). Este tipo de actividad suelen realizarla con regularidad, pero particularmente durante los gremios, que son celebraciones religiosas donde se realizan platillos tradicionales y se comparten con amigos y vecinos de la comunidad.

Imagen 8. Las cocineras se reúnen en torno a una mesa para tortear



Fuente: Elaboración propia.

Cocinera María Felix

La señora María Félix es oriunda de Hunuxectaman y heredó de su abuela conocimientos gastronómicos y herbolarios de su comunidad. En la visita que se realizó a su casa, cocinó espelón con puerco y una salsa de jitomate tatamada con cilantro (imagen 9). Los jitomates los obtuvo de un campo de cultivo local que se encuentra a tan solo unos metros de su casa (imagen 10). El cilantro, junto con chiles, achiote y otras hierbas, los siembra en su patio, donde también tiene su cocina y su pequeño fogón de leña. La señora María Felix no posee una fuente de ingresos, por lo que depende económicamente del apoyo de su hijo, quien está empleado como cerrajero en la ciudad de Mérida.

Imagen 9. La señora María Felix prepara una salsa de jitomate con cilantro



Fuente: Elaboración propia.

Imagen 10. Producción de jitomate agroecológico en Hunuxectamán, Mérida



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

Los resultados empíricos obtenidos en campo permitieron vislumbrar la posibilidad de integrar el paradigma de la soberanía alimentaria con el desarrollo de la actividad turística en el estado de Yucatán a partir de la evidencia recabada en este avance de investigación. Por

un lado, se reveló que la gastronomía tradicional yucateca depende de ingredientes y productos agropecuarios locales e incluso endémicos, como el cerdo pelón mexicano o el jitomate riñón. El impulso de la gastronomía tradicional a través del turismo puede incentivar a la recuperación de recetas, ingredientes y la agrobiodiversidad local asociada a ésta, tal y como ocurrió en la Ruta Chakra, en Ecuador, donde el turismo gastronómico permitió la recuperación de la cocina regional y un mejoramiento en la calidad de vida de la población (Santafe-Troncoso y Loring, 2021). En el caso de las mujeres entrevistadas, se develó que los saberes y los conocimientos gastronómicos no se están heredando a las generaciones más jóvenes, ya que en la mayoría de los casos se emplean en la ciudad de Mérida en actividades no relacionadas con la producción de alimentos.

La identificación espacial del potencial culinario entre la población permite integrar a la gastronomía tradicional dentro de los circuitos turísticos regionales a través de rutas gastronómicas que consideren los recursos gastronómicos disponibles, así como las nuevas estaciones del Tren Maya. Asimismo, la planificación de la actividad turística puede coadyuvar a la preservación de los recursos y prácticas culinarias entre la población, así como a la valorización de los recursos naturales, ecológicos y culturales que la sustentan. El turismo culinario asociado con la oferta gastronómica y agroecológica representa una opción viable para estas comunidades rurales, ya que con estas estrategias se fortalecen, a su vez, las cadenas locales de suministro, lo que impacta de manera favorable a la población local.

Referencias

- Andersson, T., Mossberg, L., y Therkelsen, A.** (2017). Food and tourism synergies: perspectives on consumption, production and destination development. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 17(1),1-8 [Consultado el 29 de junio de 2023] Disponible en: <https://doi.org/10.1080/15022250.2016.1275290>
- Buades, Joan, Cañada, Ernest, Gascón, Jordi** (2012). *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces*. España. Foro de Turismo Responsable.
- Dutch, G.** (2014). *No vamos a tragar. Soberanía alimentaria: una alternativa frente a la agroindustria*. España. Ed. Los Libros del Lince.
- Eastham, J.** (2019). "Sustainable supply chains in gastronomic tourism". En Kumar, S. (Coord), *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. Estados Unidos: Routledge Taylor & Francis Group, pág. 225-233.
- Garrido, M., y López, E.** (2010). Consecuencias del turismo de masas en el litoral de Andalucía (España). *Caderno Virtual de Turismo* 10(1), 125-135. [Consultado el 24 de junio de 2023]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/1154/115412537010.pdf>
- Guzmán, J.** (2020). "La transformación del sistema alimentario en México para la garantía del derecho a la alimentación". En Prunier, D., Le Gall, J., Pasquier, A., y Espinosa, D. (Coord), *Justicia y soberanía alimentaria en las Américas. Desigualdades, alimentación y agricultura*. México: UNAM, pág. 67-72.

- Hall, M. y Mitchell, R.** (2002). "Tourism as a force for gastronomic globalization and localization. En Hjalager, A., & Richards, G. (Coord.), *Tourism and Gastronomy*. Estados Unidos: Routledge Taylor & Francis Group, pág. 71-90.
- Hjalager, A., y Richards, G.** (2002). "Still undigested: research issues in tourism and gastronomy". En Hjalager, A., y Richards, G. (Coord), *Tourism and Gastronomy*. Estados Unidos: Routledge, pág. 224-234.
- Holt-Giménez, E.** (2017). *A foodies guide to capitalism. Understanding the political economy of what we eat*. Estados Unidos. Ed. Monthly Review Press.
- INEGI** (2021) Censo de Población y Vivienda 2020. Principales resultados por localidad. *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/> [16 de junio de 2023]
- Kumar, S.** (2019). "Gastronomic tourism. A theoretical construct". En Kumar, S. (Coord), *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. Estados Unidos: Routledge Taylor & Francis Group, pág. 13-23
- Menezes, S., y Almeida, M.** (2021). Pamonha, alimento identitário e territorialidade. *Mercator*. 20(e20002), 1-15. [Consultado en 13 de julio de 2023] Disponible en: <https://doi.org/10.4215/rm2021.e20002>.
- PNUMA y OMT**, (2005). Making tourism more sustainable: a guide for policy makers, *Organización Mundial del Turismo*, Francia, disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284408214> [19 de mayo de 2023]
- Quan, S., y Wang, N.** (2004) Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism, *Tourism Management*, vol. 25 (3), 297-305. [Consultado de 29 de junio de 2023]. Disponible en: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00130-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00130-4)
- Richards, G.** (2002). "Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption?" En Hjalager, A., y Richards, G. (Coord), *Tourism and Gastronomy*. Estados Unidos: Routledge, pág. 3-20.
- Salvador, R., y Torres, B.** (2020). "Justicia, soberanía y política alimentaria". En Prunier, D., Le Gall, J., Pasquier, A., y Espinosa, D. *Justicia y soberanía alimentaria en las Américas. Desigualdades, alimentación y agricultura*. México: UNAM, pág. 61-66.
- Santafe-Troncoso, V. y Loring, P. A.**, (2020). Indigenous food sovereignty and tourism: the Chakra Route in the Amazon region of Ecuador. *Journal of Sustainable Tourism*. **29**(2-3), 391-410. [Consultado el 31 de julio de 2023]. Disponible en: doi: <https://10.1080/09669582.2020.1770769>
- Tikkanen, I.** (2007). Maslow's hierarchy and food tourism in Finland: five cases. *British Food Journal*. 109(9), 721-734. [Consultado el 13 de julio de 2023]. Disponible en: <https://10.1108/00070700710780698>
- UNESCO** (2010). La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva – El paradigma de Michoacán. *UNESCO*. Disponible en: <https://ich.unesco.org/es/RL/la-cocina-tradicional-mexicana-cultura-comunitaria-ancestral-y-viva-el-paradigma-de-michoacan-00400> [13 de junio de 2023]

Análisis del enoturismo y su vínculo con el desarrollo en Baja California

Yuliana Hernández García¹

René Augusto Marín-Leyva ²

Enrique Armas Arévalos ³

Resumen

El enoturismo, además de ser una experiencia grata en cuanto al consumo del vino, conlleva, además, una serie de actividades y experiencias vitivinícolas, que tienen que ver con la cultura de la región productora del vino, así como la gastronomía del lugar, sus tradiciones, sus visitas y sobre todo su historia, (De Andrés, 2016), además de proporcionar un desarrollo en las regiones donde este sector se encuentre, ya que como lo mencionan Hall *et al.*, (2000), Millan *et al.*, (2012), Andreu, Verdú (2012), Quiñónez *et al.*, (2019) el enoturismo contribuye a la generación de empleos, nuevas fuentes de ingresos, desarrollo económico y por ende una mejor calidad de vida de la población. El turismo tiene como tal diversas modalidades, dependiendo del tipo del turismo que busquen los viajeros, entre las cuales se encuentra el turismo del vino, el cual proviene por el gusto y preferencia del vino, el cual se da en zonas vitivinícolas, por lo que es claro que el turismo se encuentra en total evolución.

El enoturismo tiene gran potencia en Baja California, debido a la alta productividad del vino, ya que incluso es catalogada por el Ayuntamiento de Baja California, como La Capital del Vino Mexicano, no obstante, este tipo de turismo se enfrenta a diversos problemas para su estudio, entre los cuales se identifican limitaciones, como la escasa exploración, pocos estudios y datos sobre la oferta y demanda, para un estudio y análisis más a fondo del mismo.

Como objetivo de la presente investigación, es el de analizar esta actividad turística vitivinícola, desde su situación actual del enoturismo de manera general, hasta llegar al estado de Baja California, debido a la importancia que tiene esta región con la viticultura, y su capacidad productora del vino, además, de analizar el aporte que tiene el enoturismo con el desarrollo local de esta zona, mediante el impacto que tiene debido a su oferta turística.

Investigación que se realiza mediante un estudio mixto, con un enfoque tanto cualitativo como cuantitativo, donde se realiza un análisis exploratorio y descriptivo, primero mediante un análisis documental y una revisión bibliográfica extensa acerca del enoturismo, desde un entorno general hasta un particular, analizando las características de este de manera internacional, nacional y estatal. Y una segunda fase que consta en algunos indicadores y datos estadísticos, recabados de distintas instituciones estadísticas y

¹ Maestra en Ciencias en Negocios Internacionales, Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales, de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. 0619213b@umich.mx

² Doctor en Políticas Públicas, Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales, de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. rene.marin@umich.mx

³ Doctor en Ciencias en Negocios Internacionales, Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. enrique.armas@umich.mx

gubernamentales, así como agentes promotores al enoturismo, todo ello mediante un análisis correlacional.

Los resultados obtenidos de este estudio manifiestan que la ciudad de Ensenada del estado de Baja California influye positivamente en la aportación del enoturismo, debido a la actividad enoturística, lo cual se refleja en la afluencia de turistas, hospedaje, gasto y consumo, lo cual contribuye a un crecimiento local, generación de nuevos empleos, y por ende más riqueza en la región.

Conceptos clave: 1. Enoturismo, 2. Baja California, 3. Industria Vitivinícola

Introducción

El enoturismo se entiende como el desarrollo de actividades turísticas, de ocio y tiempo libre, dedicadas estas al descubrimiento cultural, gastronómico y enológico de la viña, el vino, en territorio vitivinícola, estas actividades y algunas turísticas que experimentan los turistas según Ravenscroft (2001) son desde la visita a la bodega productora de vino, la contemplación de un viñedo, la entrada a un museo dentro del mismo, la degustación de la gastronomía de este lugar muchas veces junto con el maridaje del vino, la visita a un centro de información vitivinícola, la contemplación de paisajes, la compra de vino y el alojamiento en viñedo (Ravenscroft, Van Westering, 2001).

Entre otras de las definiciones del enoturismo que se encuentran, existe la de La Real Academia Española (RAE) que lo define como “Turismo por zonas de cultivo y producción de vino, con visitas a los viñedos y bodegas, y degustación de sus caldos”.

El turismo se encuentra en total evolución, esto es porque depende en gran parte del comportamiento complejo de los viajeros, pues cada vez más personas optan por experiencias diferentes a las tradicionales que muchas veces son los destinos de sol y playa, a experiencias rurales, entre las cuales destacan las visitas a bodegas y/o viñedos (López-Guzmán, Sánchez, 2008).

El aumento de la demanda del turismo del vino a nivel internacional se ha dado de forma creciente después de la pandemia covid-19, ya que cada vez más turistas comenzaron a buscar actividades de menor riesgo de contagio en zonas rurales debido al espacio abierto y de menos riesgo de contagios, lo anterior como forma de distracción responsable (Praga, M, 2021). De ahí que el enoturismo ha registrado un mayor aumento de crecimiento económico a nivel mundial y nacional, esto es gracias al conjunto del trabajo y apoyo entre las empresas vinícolas involucradas a este tipo de turismo y el apoyo del gobierno de cada región (Valdés, 2004).

Las empresas vitivinícolas se encaminan de forma positiva al fomento del turismo y se espera un crecimiento aún más grande en el transcurso del tiempo, donde muchas veces el gobierno brinda apoyo al crecimiento de estas actividades. La alusión referida la enfatizan diversos autores y funcionarios a nivel nacional e internacional en distintos países del mundo y en distintas zonas vitivinícolas, en las internacionales se pueden encontrar el caso de dos países europeos, Portugal e Italia, en el primero de estos países su secretario de economía del estado de y Transición Digital afirma que el enoturismo se centra como una de sus principales prioridades en su Plan Nacional de Turismo, por consiguiente su misión es la

atracción a más visitantes, de más países, y que este se mantenga durante todo el año por todas sus regiones. Una situación similar se aprecia en Italia, donde el ministro de turismo de ese país, enfatiza en la Conferencia Mundial de la Organización Mundial del Turismo (OMT) sobre enoturismo, en la misma conferencia del 2021, que el sector vitivinícola italiano y aunado de la gastronomía del país se está revelando cada vez más como una palanca fundamental para el turismo italiano. Y lo será aún más en el futuro, dando por hecho el gran apoyo que están dispuestos a brindar a este tipo de turismo (OMT, 2021).

Además, como otra cualidad positiva el enoturismo destaca la que sea considerada como una actividad impulsora del desarrollo económico local, pues ha tenido cambios favorables en cuanto a diversos factores de los que destacan una mayor diversificación de la actividad económica, el aumento de generación de empleos y riqueza, así como nuevas vías de ingresos para los productores, y la recaudación de impuestos para el país, mejorando la calidad de vida de la población (Millan *et al.*, 2012). Otras de las características positivas que ha traído el turismo del vino son la capacidad que se ha tenido de promover el producto local, así como la promoción de regiones remotas, las cuales se vinculan con la naturaleza.

El desarrollo del enoturismo ejerce efectos económicos positivos en las empresas vinícolas productoras, y por ende en el país, pues se considera una fuente complementaria de ingresos. Además, la industria vitivinícola resalta su importancia en el crecimiento económico mediante el Producto Interno Bruto (PIB), que como indicador económico demuestra que la contribución de este tipo de turismo se ha elevado significativamente desde hace más de 10 años el cual ha llegado a crecer hasta un 10%, demostrando una gran derrama económica (Quiñónez *et al.*, 2019).

Las recientes creaciones de rutas turísticas vitivinícolas, tienen metas cada vez más visionarias con objetivos más eficientes, distintos a los comunes para poder generar un flujo turístico más distribuido, poniendo gran énfasis en la generación de empleo de las zonas rurales y el aumento del ingreso endógeno (Andreu, Verdú, 2012). Otros beneficios de la industria enfocados hacia el desarrollo económico de estas localidades donde se encuentran establecidas las casas vinícolas, son la contribución al financiamiento de la infraestructura, generando más actividades económicas, así como más fuentes de empleo y por ende más riqueza en las zonas rurales, todo esto sin dejar a un lado la conservación de los recursos medioambientales, protegiendo los culturales (Hall *et al.*, 2000).

En México es notable el crecimiento elevado de la producción del vino, pese a las dificultades se ha enfrentado la industria a través del tiempo, pues la creación de nuevas vinícolas han aumentado en forma veloz, un ejemplo de ello lo menciona Zárate, Barragan (2019) ya que en el 2004 la existencia de casas o empresas vinícolas eran de 16, mientras que para el 2022 crecieron hasta más de 100 vinícolas, para este crecimiento se considera de forma simultánea con el incremento paralelo de la oferta turística en la región (Zárate, Barragan 2019).

El objetivo de este estudio es realizar un análisis de la situación actual del turismo del vino en Baja California, en específico en la ciudad de Ensenada, además de analizar el aporte que tiene el enoturismo con el desarrollo local de esta zona, debido a que es el municipio con más rutas del vino del estado más productor de vino mexicano.

Enoturismo a nivel mundial

La industria vitivinícola, cuenta con gran popularidad a nivel mundial, con estimaciones de 300,000 millones de dólares estadounidenses anuales. Actualmente el enoturismo es uno de los factores potencializadores de vino, esto derivado a que cada vez son más las vinícolas que abren la puerta a los visitantes, ofreciendo distintas actividades que este tipo de turismo conlleva, para el 2021 la derrama económica que esto dejaba era alrededor de 7,000 millones de dólares, y se estima una previsión del aumento de este con hasta 13,000 millones de dólares para 2026, derivado de la tendencia positiva que se presenta en países de América del norte. Estados Unidos considerado como líder en consumo del vino es el país que cuenta con la mayor cantidad de viñedos relacionados con actividades enoturísticas (Statista, 2022).

El éxito que ha tenido la industria del vino es gracias en gran parte a los países de Europa: Francia, España, Italia, países que cuentan con una elevada producción y comercialización del vino a nivel mundial, las causas van desde la antigüedad de esta actividad, así como el apoyo que se tiene de gobiernos nacionales y regionales de estos países, para potencializar el turismo del vino. Actividad en la que España ha contado con un índice elevado de apoyos de las autoridades, un ejemplo de ello es la creación de El Club de Producto Rutas de España, con apoyos del gobierno, asociaciones de vino y ministerios de la industria, donde para el 2021 se obtuvo una cantidad de 1.6 millones de turistas, en sus 33 diferentes rutas nacionales. Mientras que por otro lado Italia es considerado como el principal destino del enoturismo en el mundo, se le adjuntan 55 museos vinícolas y a Francia con 80, con una atracción de 10 millones de turistas a finales del 2019 (Statista, 2023).

No obstante la carencia de recursos financieros es muchas veces una limitante con la que se encuentran los viticultores atraídos por brindar este tipo de turismo en sus viñedos o bodegas productoras, como paso hacia el enoturismo sostenible, por lo que es necesario desarrollar estrategias a largo plazo, y darle continuidad a estas, o incluso la colaboración con empresas regionales, para el objetivo de llevar a cabo un mayor enoturismo y sea este de forma sostenible englobando características económicas y sociales (Statista, 2023).

El Enoturismo de México

México es un país donde se comercializa, se bebe y se produce vino de muy buena calidad, ya que sus suelos y microclimas hacen propicio el cultivo de la vid. Tal y como se muestra en el mapa de la imagen 1, México cuenta con 14 destinos vitivinícolas, donde los estados productores de vino se encuentran en los siguientes estados: Aguascalientes, Baja California, Chihuahua, Coahuila, Durango, Guanajuato, Hidalgo, Jalisco, Nuevo León, Querétaro, Puebla, San Luis Potosí, Sonora y Zacatecas, concentrándose mayormente en el norte y centro del país, siendo Baja California y Querétaro los estados vinícolas más grande en cuanto a la producción y comercialización del vino, ya que acaparan juntos más del 90% de la producción nacional (CMV, 2022). México cuenta con alrededor de 400 bodegas y casas comercializadoras y productos vinícolas, donde se cultivan 80 especies de uva, de las cuales se destina el 50% para uso de mesa y el otro 50% es para elaboración de vino (SECTUR, 2022).

Imagen 1. Destinos Vitivinícolas Mexicanos.



Fuente: elaboración propia con base en SECTUR (2023).

Actualmente en el país se encuentran 10 rutas enoturísticas, en 6 estados de la república (Aguascalientes, Baja California, Coahuila, Guanajuato, Hidalgo y Querétaro), de las cuales se identifican 19 productos turísticos en 5 entidades, además de dos museos del vino uno ubicado en Baja California y otro en Guanajuato (Sectur, 2022).

Algunas de las características más relevantes que se mencionan por parte de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural en México respecto al sector vitivinícola (2021) es que el número de empleos que genera esta industria, es de más de 500 mil, convirtiéndola en la segunda fuente de empleo en el sector agrícola mexicano. Además, los reconocimientos y premios que ha tenido el país tanto nacional e internacional a la calidad de sus vinos e incluso ha recibido medallas y premios importantes en diversos concursos internacionales (CMV, 2022).

Tabla 1. PIB de actividades relacionadas al turismo del 2019 al 2022.

Producto Interno Bruto (Valor Agregado Bruto)				
PIB	2019	2020	2021	2022
Millones de pesos corrientes	23,016,033	21,958,565	24,225,440	28,556,684
Variación anual real (%)	-0.2	-7.8	4.6	4.3

Fuente: elaboración propia con base en INEGI (2022).

En la tabla 1. Se puede apreciar la forma en que se ha podido recuperar el turismo después del 2019 y 2020, periodo en el que se presentó el mundo ante una pandemia, por lo cual entre las actividades afectadas fue la terciaria, donde disminuyó la afluencia de personas, sin embargo, el panorama comienza a cambiar en los años siguientes, donde en el 2021, después de traer un índice negativo -7.8, se llega a un 4.6.

El Enoturismo de Baja California

Baja California ha pasado por algunos cambios en cuanto al turismo, sobre todo aquellos más recientes desde el siglo XXI, esto derivado a que el municipio de Ensenada donde el predominio del turismo eran siempre las playas y las actividades relacionadas a esta, sin embargo, se ve ampliado el tipo de turismo debido a la cantidad de zonas vitivinícolas que han aumentado en el municipio y la atracción de turistas al ser la región más productora de vino de México.

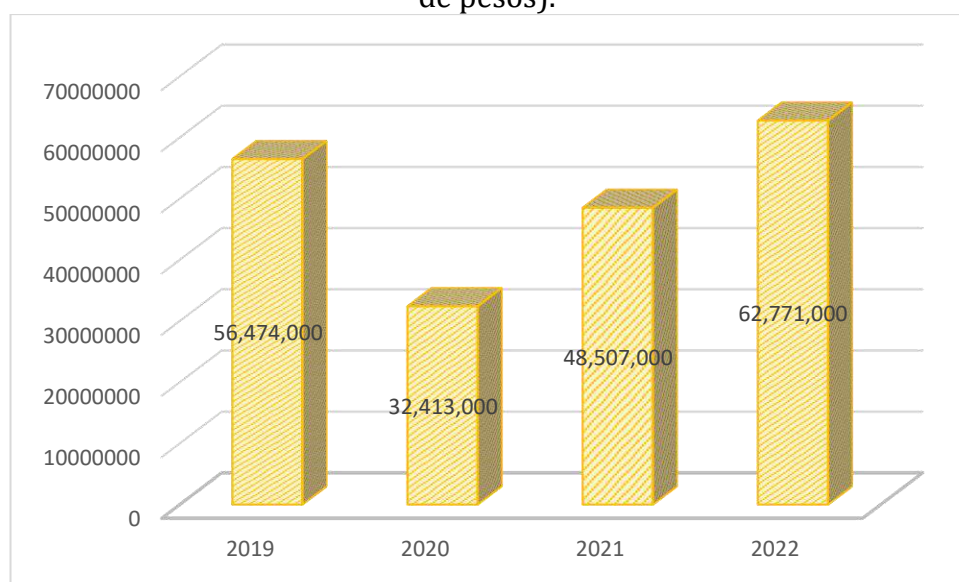
La relevancia a nivel nacional de la región de Baja California en cuanto a la producción de vid, es porque es considerada como la Capital del Vino Mexicano, siendo la región más productora del vino en todo el país, destacando con su producción de más del 75% en comparación con los otros estados productores, incluso que Querétaro, albergando alrededor del 70% de las vinícolas de México, además de la relevancia en desarrollo económico, derivado del vino y su industria, ya que su oferta turística es muy notoria en comparación de las demás zonas productoras a nivel nacional, además de la cantidad de vino que se produce, la calidad también destaca en esta región y prueba de esto es la numerosa cantidad de premios y medallas a nivel nacional e internacional que ha obtenido esta región productora (Ayuntamiento de Ensenada, 2022).

La oferta turística es muy relevante en Ensenada, un ejemplo de ello se deriva a que esta región fue sede mundial del Congreso de la Viña y el Vino en 2022, e incluso Armando Ayala, presidente mundial de Ensenada, expresa lo siguiente en la promoción del congreso “Claramente Baja California tiene una oferta muy reconocida, escenarios maravillosos y productos de alta competitividad en el contexto mundial y hoy por hoy los vinos mexicanos se definen por su calidad y tradición”. Se considera además el buen desarrollo de la región, debido entre otras cosas a la construcción del Museo del Vino en el Valle de Guadalupe (Ayuntamiento de Ensenada, 2022).

Esta región es una de las más reconocidas con alta atracción de turistas locales, nacionales e internacionales, dinamizando con esto al sector, evidenciando el gran potencial para su crecimiento. Baja California cuenta con un factor de crecimiento muy atractivo en la industria del vino, ya que en el 2004 se contaba con 16 vinícolas, casas productoras o bodegas, llegando al 2019 con 89 de estas mismas, teniendo una productividad de alrededor del 80% del vino en México (Zarate, 2009).

Otro dato relevante en cuestión de algunos indicadores para analizar un poco más esta oferta, es el de la cantidad de turistas visitantes a Baja California el cual se ejemplifica en la gráfica 1.

Gráfica 1. Consumo Turístico en Baja California de 2019 al 1er Semestre de 2022 (Millones de pesos).



Fuente: elaboración propia con base en la Secretaría de Turismo de Baja California (2022).

En la gráfica 1, se plasma el consumo promedio del turista en Baja California de 2019, 2020, 2021 y el primer semestre del 2022, en millones de pesos donde se registra un incremento respecto de los años anteriormente señalados, pasando de 56,474 millones de pesos en 2019 a 62,771 millones para el primer semestre del 2022, lo cual se debe ante otras cosas al paso de la pandemia del covid-19 que se dio en dicho periodo, no obstante este consumo comienza a retomar fuerza a partir del 2021 y más incluso para el 2022.

En Baja California son 4 las rutas enoturísticas situadas en la mayoría de ellas en el municipio de Ensenada, con servicios de transporte, degustación, talleres, comida y asistencia, donde se invita al turista a recorrer y disfrutar de la experiencia de un valle agrícola dedicado a la viticultura, conociendo la historia de sus viñedos, del vino y sus uvas, así como las experiencias que este tipo de turismo brinda. Rutas que son explicadas con más detalle en la tabla 2. (Secretaría de turismo, 2022).

Tabla 2. Rutas Enoturísticas de Ensenada en Baja California.

Nombre del destino turístico	Municipio	Localidad	Servicios
Ruta del Vino Valle de Guadalupe	Ensenada	Valle Guadalupe, San Antonio de Las Minas, Francisco Zarco y Porvenir	Transporte, degustación, talleres, comida, asistencia
Ruta del Queso y del Vino	Ensenada	Valle de Ojos Negros	Transporte, degustación, comida, asistencia
Antigua Ruta del Vino	Ensenada	Valle de la Grulla, Valle Santo Tomás, Valle San Vicente	Transporte, degustaciones, comida, asistencia, talleres
Ruta Puerta Norte	Tecate	Valle Tanama, Valle de las Palmas, Valle de Tecate	Transporte, degustación, comida, asistencia

Fuente: elaboración propia con datos de la Secretaría de Turismo (2022).

En la tabla anteriormente señalada se hace referencia de las 4 rutas del vino en Baja California, la mayoría de estas ubicadas en ensenada, las cuales están bajo la denominación de los siguientes nombres: Ruta del Vino Valle de Guadalupe, Ruta del Queso y del Vino, Antigua Ruta del Vino, Ruta Puerta Norte, todas estas con actividades similares como lo son desde el transporte por estas rutas, la degustación de vinos locales, talleres relacionados al vino, comida y algunas veces maridaje, así como asistencia profesional en las mismas rutas.

Imagen 2. Mapa de la Ruta del Vino de Baja California.



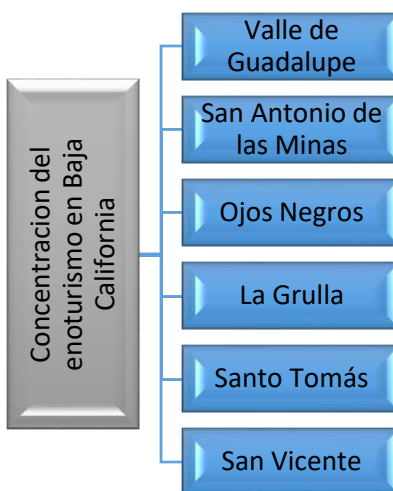
Fuente: mapa tomado de la página Web www.TurismoMéxico.es (2017).

En la imagen 2, presentada a continuación, se muestra el mapa oficial de la Ruta del Vino de Baja California, la cual se engloba una gran cantidad de casas vitivinícolas de la región, en las siguientes localidades: El Porvenir, El Sauzal, El Tigre, Francisco Zarco, Ojos Negros, San Antonio de las minas, San Marcos, San Vicente, Tecate, Valle de Guadalupe, Valle de la Grulla, Valle de las Palmas, Valle de Santo Tomás, donde se encuentran algunos de sus vinos más populares a nivel nacional e incluso algunos internacionales. Ruta que se encuentra con una amplia variedad de servicios y actividades brindados en la región

relacionados con el enoturismo como lo son: viñedos, vinícolas, restaurantes, hospedajes y museos.

En la imagen 3, se señalan las principales localidades con la mayor concentración del enoturismo en Baja California, situadas todas ellas en el municipio de Ensenada, mostrando la importancia del municipio y por ende del estado, reafirmando con esto lo señalado por Robles (2020 P:163) la relevancia Valle de Guadalupe como “una región consolidada en la producción de vino y actividades enoturísticas, que conforma una “ruta del vino” que, a su vez, a logrado dinamizar el sector turístico, promoviendo así todo lo que acompaña a la ruta, como el recorrido histórico-cultural y su canal gastronómico”.

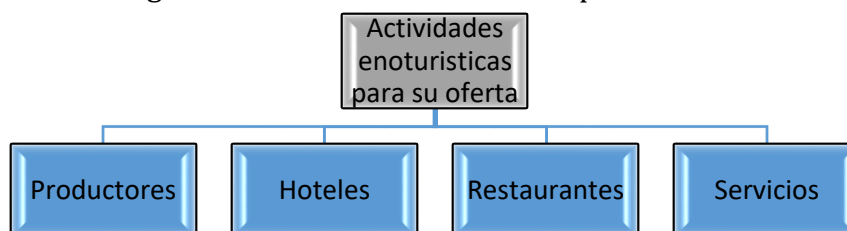
Imagen 3. Mayor concentración del Enoturismo en Baja California



Fuente: elaboración propia con base en la Secretaría del turismo de Baja California (2023).

Para entender de manera más precisa el impacto social y económico derivado del enoturismo Mitchell y Hall (2006) señalan que las actividades relevantes que engloban las zonas vitivinícolas con el enoturismo para su oferta son las referidas en la imagen 4, como lo son las actividades hoteleras, las restauranteras, las productoras y la de servicios derivados del mismo y sobre todo brindados en estas localidades referidas a la producción del vino.

Imagen 4 Actividades enoturísticas para su oferta.



Fuente: elaboración propia con base en Mitchell y Hall, 2006.

Con base a lo anterior donde Robles, (2020); Mitchell y Hall, (2006) identifican los diversos servicios y sectores que se fomentan en la industria del vino de modo turístico, con actividades: agrícola, enológica y enoturística se consideran fundamentales los descritos en la tabla 3. Actividades que giran en torno al turismo en Ensenada, por información brindada

por Robles (2020). Municipio en el cual se concentra una cantidad considerable de estas actividades, hoteleras, restauranteras, de servicios, y productoras en las cuales destacan las de elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva, donde a base de esta producción de vino, existe una mayor concentración de servicios o actividades como las siguientes: restaurantes, comercio, hospedaje, y museos, en cuestión de hospedaje se toman en cuenta algunos hoteles, cabañas, ranchos, etc. en cuanto a restaurantes, se encuentran desde pequeños restaurantes, hasta cocinas refinadas, y en servicios se engloba el transporte hacia las zonas vinícolas, museos, fiestas y ventas.

Tabla 3. Actividades que giran en torno al turismo en Valle de Guadalupe- Ruta del vino.

Vinícolas	Hoteles	Restaurantes	Patios Gastronómicos	Museos	Otras Actividades
65	57	89	3	4	12

Fuente: elaboración propia con base en Robles, (2020).

De la misma manera, en la tabla anteriormente presentada se describe con valores numéricos la cantidad de actividades que giran en torno a valle de Guadalupe- Ruta del vino, donde se aprecia una buena capacidad de ocupación hotelera la cual brindan 57 hoteles, y servicio de 89 restaurantes, cabe mencionar que la cantidad de servicios plasmados son importantes en Valle de Guadalupe, ya que su actividad vitivinícola se encuentra muy concentrada en este municipio con sus 65 vinícolas, lo que refleja una amplia oferta turística.

Tabla 4. Actividades que giran en torno al turismo.

Actividades de Servicios	B.C.	Ensenad a	Porcentaj e
(11511) Servicios relacionados con la agricultura	44	17	39%
(312131) Elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva	37	31	84%
(431212) Comercio al por mayor de vinos y licores	9	3	34%
(461211) Comercio al por menor de vinos y licores	174	62	36%
(4871) Transporte turístico por tierra	22	6	
(71211) Museos	45	9	
(713111) Parques de diversiones y temáticos del sector privado	18	3	
(713112) Parques de diversiones y temáticos del sector público	25	7	
(721111) Hoteles con otros servicios integrados	187	36	
(721112) Hoteles sin otros servicios integrados	233	45	
(72119) Cabañas, villas y similares	13	8	62%
(722511) Restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida	2398	338	
(722512) Restaurantes con servicio de preparación de pescados y mariscos	866	116	
(722513) Restaurantes con servicio de preparación de antojitos	1589	241	
(81311) Asociaciones, organizaciones y cámaras de productores, comerciantes y prestadores de servicios	102	21	
TOTAL	5762	943	

Fuente: elaboración propia con base en INEGI (2023).

La tabla 4. Presenta de manera puntual las actividades turísticas que giran en torno al enoturismo, sobre todo porque como lo mencionan: Hall, J, *et al.*, (2000); Ravenscroft, Van Westering, (2001); Zarate, (2009); Andreu, Verdú (2012) y Robles (2020), son aquellas actividades que se realizan en zonas vitivinícolas que fomentan ciertas actividades relacionadas a la oferta de servicios turísticos para dar a conocer el producto (vino) así como su venta, explicar la vida de la viña, y el ciclo de cosecha, el dar a conocer a los turistas la historia del vino y de la región, el hospedaje en el viñedo, cabañas, villas y similares, además de servicios de comida, que engloban catas y maridajes. Con base a lo anterior se presenta la tabla con los servicios de actividades turísticas de Baja California, que como lo mencionaba el H. Ayuntamiento de Baja California se considera la capital del vino debido a su gran capacidad productora del vino, y también se presentan los datos de Ensenada para comparar el aporte que tiene este municipio con las actividades turísticas, ya que en Ensenada existe la mayor concentración del enoturismo de Baja California por su Ruta del Vino en Valle de Guadalupe. Por lo que en hospedaje se tiene una gran contribución, sobre todo en villas y cabañas con un 62%, el comercio de vinos con un 36%, Baja California en su servicio de elaboración de vino cuenta con 37 y Ensenada con 31.

El enoturismo y su vínculo con el desarrollo (revisión de la literatura)

El enoturismo es considerado como el turismo enfocado en aquellas zonas donde se produce vino, llámese viñedo, bodega o casa productora, el fin de esta actividad es el de ofrecer a los productores la posibilidad de dar promoción al origen de sus productos, por medio de las actividades que el turismo del vino conlleva, como lo es la visita a la bodega, souvenirs, cursos o incluso maridaje y catas, hasta el poder hospedarse en dichas zonas y disfrutar de las atenciones y servicios mencionados (Robles, 2020).

De la misma forma, Hall, J. *et al.*, (2000) en una de sus investigaciones plasman que algunas de las razones para visitar un viñedo o bodega no se le atribuye únicamente a la compra de alguna botella de vino, sino que esto va más allá como razón de hacer enoturismo, ya que este tipo de turismo engloba desde conocer el proceso de la elaboración del vino, entender la cultura del vino, aprender sobre su cosecha, saber la cultura e historia de la región, e incluso el poder disfrutar de eventos sociales que estos destinos puedan llegar a brindar (Hall, J, *et al.*, 2000).

Así mismo es importante mencionar algunos de los conceptos y definiciones de desarrollo local por especialistas en teorías del mismo, para posteriormente apreciar de manera más clara el vínculo del desarrollo con el enoturismo y la mejora de la sociedad desde el nivel local. Una de las definiciones que más se adecuan al presente trabajo de investigación es el que hace alusión Vázquez, A., (1988) quien explica que el desarrollo local se entiende como un proceso que conlleva a que la población local tenga una mejor calidad de vida, derivada esta desde tres dimensiones identificadas en la teoría, las cuales son la económica, la sociocultural y la política-administrativa, donde en la primera de estas tres sobresalen las empresas locales las cuales son capaces de organizarse para producir de manera óptima y competitiva, mientras que en la segunda dimensión sobresalen los valores culturales para dicho proceso y por último en la tercera se permite crear un entorno económico adecuado y favorable para impulsar el desarrollo.

De manera similar Buarque (1998: p.23) define el desarrollo local como “Un proceso endógeno, registrado en pequeñas unidades territoriales y asentamientos humanos, capaz de promover el dinamismo económico y la mejoría en la calidad de vida en la población” el cual puede aplicarse en diversas regiones, desde la comunidad hasta las pequeñas regiones. Algo muy relacionado con lo anterior lo da a entender Boisier (1997) ya que él considera que el desarrollo debe ser considerado como endógeno, más que exógeno, debido a la relación que existe con los valores, la cultura y tradiciones de la localidad. Al igual que Albuquerque (1999) que señala que el desarrollo local se utiliza como endógeno debido a la capacidad que se tiene para aprovechar los recursos que existen dentro de la localidad para un mejor desarrollo económico, ambiental y cultural.

En tal sentido el enoturismo se considera como una actividad impulsadora del desarrollo económico local, pues ha tenido cambios favorables en cuanto a diversos factores de los que destacan: una mayor diversificación de la actividad económica, el aumento en la generación de empleos y riqueza, así como nuevas vías de ingresos para los productores, y la recaudación de impuestos para el país, mejorando la calidad de vida de la población (Millan *et al.*, 2012). Otras de las características positivas que ha traído el turismo del vino son la capacidad que se ha tenido de promover el producto local, así como la promoción de regiones remotas, las cuales se vinculan con dimensiones ambientales.

Las recientes creaciones de rutas turísticas vitivinícolas, tienen metas cada vez más visionarias con objetivos más eficientes, distintos a los comunes para poder generar un flujo turístico más distribuido, poniendo gran énfasis en la generación de empleo de las zonas rurales y el aumento del ingreso endógeno de la región, (Andreu, Verdú, 2012). Y metas enfocadas hacia el desarrollo económico de estas localidades donde se encuentran establecidas las casas vinícolas, contribuyendo el financiamiento de la infraestructura, generando más actividades económicas, así como más fuentes de empleo y por ende más riqueza en las zonas rurales, todo esto sin dejar a un lado la conservación de los recursos medioambientales, protegiendo los culturales (Hall *et al.*, 2000).

Metodología

La presente investigación es un estudio mixto, con enfoque cualitativo y cuantitativo, trata de un análisis descriptivo, donde se estudiará el enoturismo y las actividades que este tipo de turismo conlleva, además de mostrar el impacto que tiene debido a su oferta turística. Todo esto mediante revisión bibliográfica de algunos estudiosos del turismo del vino, de manera global a lo particular, esto quiere decir, plasmando el comportamiento y algunas de sus características del enoturismo de manera internacional hasta llegar al enoturismo de Baja California.

Además, se toman algunos indicadores de fuentes secundarias como lo son INEGI, SECTUR; DATATUR, y DataMéxico, en el periodo del 2017 al 2022, indicadores que se relacionan con la oferta turística del estado, es importante mencionar que las variables estudiadas inciden también, de manera indirecta en la atracción del enoturismo, debido a que se trata del sector terciario, turístico y el tipo de servicios ofrecidos. Entre los datos encontrados se presentan el PIB servicios de Baja California, por la relación con el turismo y el enoturismo por el tipo de servicios ofrecidos, los cuales son: el gasto turístico, la atracción

turística, la población económicamente activa, el consumo turístico, además de la ocupación hotelera de turistas nacionales como extranjeros.

La información anteriormente mencionada se manejará mediante estadísticas de tendencia de medida central, con el fin de analizar el comportamiento de la oferta turística en Baja California, además de la utilización y de la matriz de correlación de Pearson como análisis estadístico, con el fin de que de esta manera se puedan expresar las relaciones que existen entre las variables mencionadas a estudiar.

Posterior a lo anterior, primero, se realiza la identificación de servicios de alojamiento, que como bien se menciona en apartados anteriores de esta investigación los servicios de alojamiento son relevantes para el turismo del vino. Derivado de la oferta enoturística en la tabla 5 se refleja que Ensenada es el segundo municipio de Baja California con mayor cantidad hoteles y moteles registrados, seguido por Tijuana y el primero en cabañas y villas, lo cual comprueba la relación de este servicio con el enoturismo, debido a su producción de vid y vinos.

Tabla 5. Establecimientos de hospedaje registrados por municipio de Baja California

Municipio	Hoteles	Moteles	Cabañas
Ensenada	99	47	10
Mexicali	96	31	1
Playas de Rosarito	33	10	
Tecate	16	2	3
Tijuana	201	75	3

Fuente: elaboración propia con base en INEGI 2020

Tabla 6. Llegada de turistas para hospedaje en Baja California 1992-2021

Año	Llegada de turistas	Año	Llegada de turistas
1992	1,923,621	2007	3,841,116
1993	1,987,925	2008	2,933,552
1994	2,229,135	2009	2,346,270
1995	1,798,521	2010	2,741,180
1996	1,938,908	2011	2,837,575
1997	1,954,083	2012	3,102,041
1998	2,621,332	2013	3,117,250
1999	2,544,720	2014	3,640,601
2000	2,646,044	2015	3,382,895
2001	2,572,550	2016	3,640,204
2002	2,416,241	2017	3,696,125
2003	2,810,915	2018	3,676,009
2004	3,070,602	2019	3,958,843
2005	3,572,797	2020	2,445,832
2006	3,532,596	2021	4,380,816

Fuente: elaboración propia con base en Datatur 2021

La tabla 6. se plasma la llegada de turistas para hospedaje en Baja California, donde se apreciará en los resultados, mediante una gráfica el comportamiento de este servicio, y la obtención de la media, la cual se define como el promedio aritmético de una distribución, simbolizado como $\bar{X}$, lo cual es la suma de todos los valores dividida entre el número de casos, según Hernández (2014), y más adelante, la correlación de Pearson, correlación en honor a Karl Pearson se define como “Una prueba estadística para analizar la relación entre dos variables medidas en un nivel (...) se calcula a partir de las puntuaciones obtenidas en una muestra en dos variables” (Hernández *et al.*, 2014 p.337). La cual se simboliza con “r”, mediante la siguiente fórmula.

Figura1. Fórmula de función de Pearson.

$$r = \frac{\sum(x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sqrt{\sum(x - \bar{x})^2 \sum(y - \bar{y})^2}}$$

Recuperado de: microsoft.com (2023).

Con el fin de diferenciar las correlaciones con la oscilación de la puntuación de las variables se presenta la tabla 7. En donde se explica que la correlación muy perfecta es aquella que da 1, la muy alta es mayor de 0.8 y menor de 1, la correlación alta es de más de 0.6 y menos de 0.8, la moderada oscila entre 0.4 y 0.6, la baja de 0.2 y 0.4, muy baja de 0 a 0.2 y para la correlación nula es aquella igual a 0.

Tabla 7. Oscilación de correlaciones.

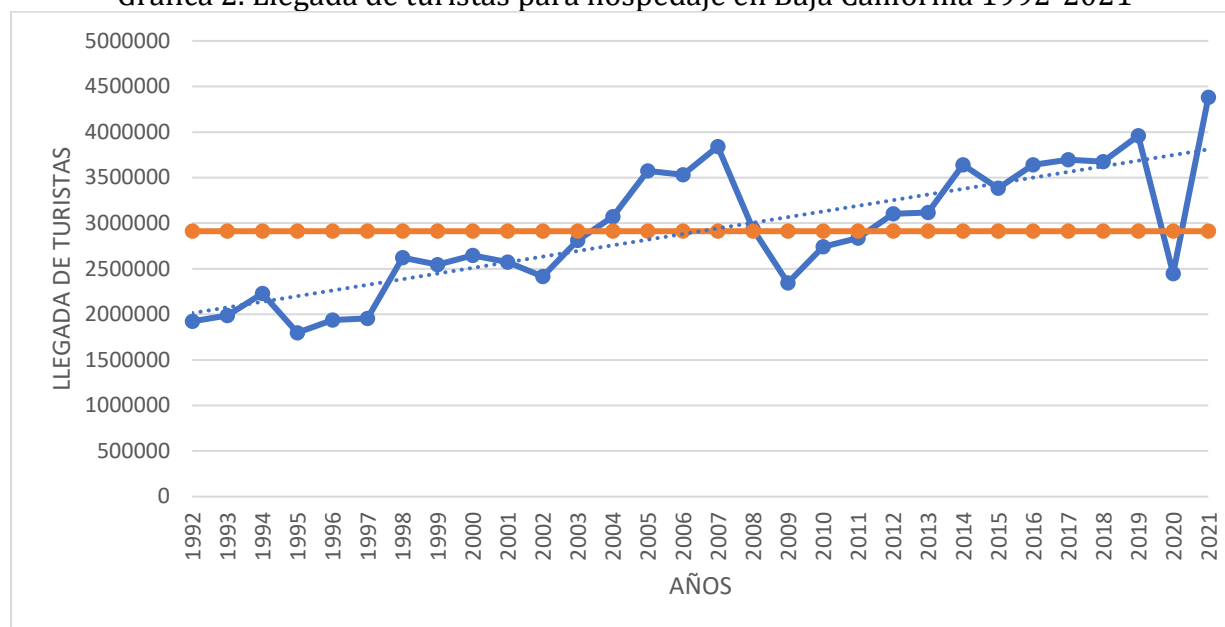
Correlaciones	Oscilación
Correlación perfecta	r = 1
Correlación muy alta	0.8 < r < 1
Correlación alta	0.6 < r < 0.8
Correlación moderada	0.4 < r < 0.6
Correlación baja	0.2 < r < 0.4
Correlación muy baja	0 < r < 0.2
Correlación nula	r = 0

Fuente: elaboración propia con base en Hernández et al., (2014).

Análisis y discusión de resultados

El análisis de los resultados de la investigación se realiza mediante dos fases, primero se muestran los estadísticos de medida central de la oferta turística de Baja California y en segundo se analizan los resultados obtenidos de la matriz de correlación de Pearson, conforme las tablas y graficas siguientes.

Gráfica 2. Llegada de turistas para hospedaje en Baja California 1992-2021



Fuente: elaboración propia con base en Datatur (2021)

Con base a la información de la tabla 6. del apartado anterior se obtienen los datos para la realización de la gráfica 2, donde se puede observar una tendencia creciente referida a los turistas que llegan a hospedarse en Baja California, donde para 1992 llegaron a hospedarse 1,923,621 turistas, ocupación que fue aumentando conforme a los años, incluso aumentando el doble para el 2022 el cual fue de 4,380,816 turistas., con una media de 2,912,009.967, posteriormente se presentan los resultados de la correlación de Pearson en la tabla 8.

Tabla 8. Matriz de correlación de indicadores turísticos de Baja California

	PIBse	GT	AT	PEA	CT	OH	OHE
PIBse	1	0.815	0.172	0.234	0.530	0.687	0.504
GT	0.815	1	-0.204	-0.081	0.715	0.866	0.797
AT	0.173	-	1	0.734	0.221	0.004	-0.163
PEA	0.234	-	0.734	1	-0.102	-0.235	-0.431
CT	0.530	0.715	0.221	-0.102	1	0.946	0.919
OH	0.687	0.866	0.003	-0.234	0.945	1	0.967
OHE	0.504	0.796	-0.163	-0.430	0.919	0.967	1

Fuente: elaboración propia con base en INEGI, SECTUR; DATATUR 2021, y Data México (2022)

Analizando la tabla 8. Matriz de correlación de indicadores turísticos de Baja California, se considera importante señalar que las variables estudiadas impactan de manera directa el turismo estatal y de la misma manera, por la importancia que tiene la industria vitivinícola en la región y por ende el enoturismo, se parte del supuesto de que las mismas

inciden de manera indirecta a la atracción de turistas. Lo cual se presenta la siguiente interpretación: el consumo turístico tiene una muy alta correlación positiva con la ocupación hotelera, por lo que el hospedaje tanto de turistas locales como los provenientes del extranjero, generan mayor consumo dentro del estado de Baja California, con valores de 0.94 y 0.91 respectivamente, siendo el turista nacional el que cuenta con la mayor correlación entre ambos.

De igual manera, en la misma matriz se aprecia una correlación muy alta de 0.86 entre la ocupación hotelera nacional con el gasto turístico, lo que significa que el gasto turístico es muy alto en relación con el hospedaje de turistas nacionales, en cuestión con el gasto turístico y el hospedaje extranjero es de valor más bajo que el anterior, pero aun así tiene correlación alta de 0.79.

El consumo con el gasto también llega a alcanzar una correlación alta, con un valor de .71, lo que significa que entre mayor consumo turístico mayor gasto de parte de los turistas habrá. Lo cual genera una derrama económica en el estado de Baja California por medio del ingreso que hacen los turistas mediante su gasto.

Por último y como más relevante, el indicador PIB turístico de Baja California se aprecia una correlación muy alta de .81 con el gasto, alta con la ocupación hotelera nacional de .68, seguido del consumo turístico de .53 con correlación alta también, mostrando con esto que las actividades señaladas tienen gran aportación al PIB Turístico de Baja California, por lo que, el gasto turístico, la ocupación hotelera y el consumo turístico, representan un gran crecimiento económico en el estado.

Conclusiones y recomendaciones

Tras la evolución que ha tenido el turismo tradicional, se identifican algunas otras modalidades donde el turista busca otro tipo de experiencias, entre ellas se encuentra el turismo del vino o también llamado enoturismo, el cual se da a través de las rutas del vino, en el cual la esencia es la motivación relacionada con la uva y el vino. La incidencia que tiene en el enoturismo con el desarrollo regional se deriva del impacto socioeconómico, ya que si bien, trata de servicios turísticos que aportan a la economía local, convirtiéndola con ello, en más generación de empleos y nueva vía de ingresos, sobre todo en zonas rurales donde se produce el vino.

Derivado a lo anterior, y mediante los indicadores estudiados, que se mencionan en el documento se llega a una primera conclusión, en la cual se señala que Baja California tiene un gran potencial enoturístico, debido a su elevada capacidad de producción de vino, clasificándose en primer lugar de producción del mismo en todo el país, además de otros aspectos positivos que se tienen en la industria vitivinícola de la región como la calidad del producto, la cual la hace merecedora de diversos premios y medallas a nivel nacional e internacional en diversas bodegas o viñedos del Estado.

Aunado a lo mismo se llega a la segunda conclusión, en la cual se hace alusión a las rutas del vino, mismas que identifican a Ensenada, ciudad de Baja California, como la ciudad con mas rutas del vino, en la cual destacan la Ruta del Vino del Valle de Guadalupe y la Ruta del Queso y del Vino, derivado a esto, Ensenada tiene una gran participación en diversos

indicadores de la oferta del vino y el enoturismo, como la participación en el sector servicios como el hospedaje, sobre todo en cabañas y villas, en la gran capacidad elaboración de vino, y comercialización del mismo, factores que se involucran con el aumento de la afluencia turística de la región, afirmando con esto el gran potencial para su crecimiento en un futuro.

Una tercera y última conclusión se deriva con base a los indicadores estudiados en la matriz de correlación de Pearson, donde el gasto turístico se mantiene fuerte debido al consumo que realiza el turista, además de la ocupación hotelera tanto nacional como extranjera que se tiene en el estado, factores que tiene una gran incidencia a la contribución del PIB a través de la generación de estos servicios, por la afluencia de turistas en las regiones vitivinícolas.

Por otra parte, se considera importante señalar que el enoturismo tiene un gran potencial en Baja California, el cual contribuye de forma favorable en la economía local y regional, la cual trata de una modalidad de turismo relativamente nueva, enfocada en las regiones vitivinícolas. No obstante, por medio esta investigación se identificaron algunos problemas y limitaciones derivados a que no se ha explorado de manera basta y adecuada el turismo del vino, así como a la escasez de estudios y datos existentes del mismo en el estado de Baja California, e incluso, más específico, de la ciudad de Ensenada, la poca información sobre oferta y demanda de este tipo de turismo y el perfil y presencias de turistas, lo cual se encuentra preocupante, para poder estudiar más a fondo el enoturismo y su vínculo con el desarrollo.

Por lo anterior, se considera necesaria la propuesta de formar una base de datos más específicos para el enoturismo en las regiones productoras del vino, donde sea fácil el identificar la oferta y demanda, desde otros indicadores a los que se tienen, que vayan más allá de únicamente la ocupación hotelera, sino con el contar con nuevos y más datos e incluso de llevar a cabo estudios de campo, para de esta manera complementar el análisis y potencial que tiene el turismo del vino en Baja California y ampliar la investigación.

Referencias

- Alburquerque, Francisco** (1999) *Manual del Agente de Desarrollo Local*. Santiago de Chile, Ediciones SUR
- Andreu R., Verdu, L.**, (2012). "Turismo enológico en Alicante: la ruta del vino en el municipio de Pinoso", *Cuadernos de Turismo*, (núm. 30). Pp. 35-61
- Ayuntamiento de Ensenada**, (2022), "Ensenada será sede del Congreso Mundial de la Viña y el Vino 2022: aar" Internet, Baja California, disponible en: <https://www.ensenada.gob.mx/?p=13683> [06/06/23]
- Boisier, S.**, (1997). "El vuelo de una cometa. Una metáfora para una teoría del desarrollo territorial", *Revista Eure*, (núm. 69), Pp. 7-29.
- Buarque Sérgio** (1999) *Metodología de Planejamento do Desenvolvimento Local e Municipal Sustentável*. Brasil, Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA)
- Consejo Mexicano Vitivinícola [CMV]**, (2022), "La Industria Vitivinícola Mexicana, en el siglo XXI: Retos económicos ambientales y sociales", Internet, Jalisco, disponible en:

- <https://uvayvino.org.mx/wp-content/uploads/2022/08/industria-vitivinicola-version-final-22-agosto-con-portada-y-prefacio.pdf> [28/06/23]
- DATAMEXICO** (2023) “indicadores económicos” internet, recuperado de <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/baja-california-bc?timeNetTradeSelector=Year#education-and-employment> [02/07/23]
- DATATUR** (2022) “Datos estadísticos” internet, recuperado de: https://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF/ITxEF_BCN.aspx [03/07/23]
- Hall, M., Sharples, L., Cambourne, B. y Macionis, N.** (2000). *Wine tourism around the world*, Londres, Development, management and markets
- INEGI**, (2023). Instituto de Estadística y Geografía [INEGI]. (2023). DINUE, Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx> [25/07/23]
- INEGI**, (2023b). Instituto de Estadística y Geografía [INEGI]. (2023). DATATUR. Disponible en: [http://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2023-01\(ES\).pdf](http://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2023-01(ES).pdf) [25/06/23]
- INEGI**, (2023c). Instituto de Estadística y Geografía [INEGI]. “Anuarios Estadísticos” internet, disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/publicaciones/default.html?t=0730001000000000&ag=99> [01/07/23]
- INEGI**, (2023d). Instituto de Estadística y Geografía [INEGI]. “Tabulados” internet recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/app/tabulados/default.aspx?pr=17&vr=6&in=2&tp=20&wr=1&cno=2> [03/07/23]
- INEGI**, (2023e). Instituto de Estadística y Geografía [INEGI]. “indicadores de la actividad turística” internet, recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/temas/itat/> [27/06/23]
- López-Guzmán, T., Sánchez, S.**, (2008). “La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas”, *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. (núm. 2). Pp. 159-171
- Millan, G., Moralez-Fernandez, E. y Castro-Ferreire, M.**, (2012). “Turismo Del Vino: Una Aproximación A Las Buenas Prácticas” *Revista de investigación en Turismo y Desarrollo Local*, (núm 12), Recuperado de <https://www.eumed.net/rev/curydes/12/tff.pdf>
- Mitchell, R., Hall, M.** (2006) “Wine Tourism Research: The State of Play” *Tourism Review. International*. (núm. 4). Pp. 307-332.
- Organización Mundial del Turismo [OMT]** (2021). “5th Unwto Global Conference On Wine Tourism”, internet, disponible en: <https://www.unwto.org/es/news/innovacion-y-alianzas-para-convertir-el-enoturismo-en-motor-de-desarrollo-rural> [16/06/23]
- Praga, M.** (2021), *Living and travel*, “El Enoturismo será el salvador post pandemia” México, internet, disponible en: <https://livingandtravel.com.mx/el-enoturismo-sera-el-salvador-post-pandemia/> [15/06/23]

- Quiñónez, J., Bringas, N. y Barrios, C.** (2019), “La Ruta Del Vino De Baja California” Patrimonio Cultural y Turismo, Secretaría de Turismo de Baja California, Pp. 131-149, disponible en <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf18/articulo8.pdf> [14/06/23]
- Ravenscroft, N., Van Westering, J.** (2001). “Wine Tourism, Culture and the Everyday: A Theoretical Note”, *Tourism and Hospitality Research*, (núm 2). Pp.149–162.
- Real Academia Española [RAE]** (2014) “Definición de enoturismo” internet, recuperado de: <https://dle.rae.es/enoturismo> [02/06/23]
- Robles, M., (2020).** *El Enoturismo Como Detonante Del Desarrollo Local*. Tesis de maestría. División de Ciencias Económicas y Administrativas, Sonora, Hermosillo
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural en México** (2021), “Impulsa México vitivinicultura productiva, sustentable y con desarrollo económico y social”, internet, recuperado de: <https://www.gob.mx/agricultura/prensa/impulsa-mexico-vitivinicultura-productiva-sustentable-y-con-desarrollo-economico-y-social> [02/06/23]
- Secretaría de turismo de Baja California [SECTUR]** (2022). “Indicadores turísticos” 2022 primer semestre p.16, internet, recuperado de: <https://secturebc.org/secture/wp-content/uploads/2022/08/034.-Secture-Indicadores-Turi%CC%81sticos-Junio.pdf> [09/06/23]
- Secretaría de turismo de Baja California [SECTUR]** (2021), “Observatorio turístico de Baja California” internet, recuperado de: <https://www.bajacalifornia.gob.mx/secture/> [12/06/23]
- Statista (2022)**, Orús, A. “El enoturismo en el Mundo- Datos estadísticos” Internet, disponible en: https://es.statista.com/temas/9763/el-enoturismo-en-el-mundo/?kw=&crmtag=adwords&gclid=CjwKCAjws7WkBhBFEiwAIi1687cEIqC5PHUHmF7ycN-mxqy2NbmBDS6E9-aqyNLbcs66LYYXRJMI9xoCkv0QAvD_BwE#topicOverview [22/05/23]
- Statista (2023)**, Orús, A. “Principales destinos del enoturismo en el mundo en 2022” Internet, disponible en: <https://es.statista.com/estadisticas/1292749/principales-destinos-de-enoturismo-del-mundo/> {23/05/23]
- TurismoMéxico**, (2017), “Imagen Mapa Ruta del vino Baja California”. Internet, disponible en: https://www.turismomexico.es/wp-content/uploads/2017/02/ruta_vino_baja_california.jpg [02/06/23]
- Valdés, L.** (2004). “Turismo rural: una alternativa diversificada, Papeles de Economía española”, (núm. 102). Pp. 298-313
- Vázquez, A.** (1988). *Desarrollo local: una estrategia de creación de empleo*. Madrid: Pirámide
- Zárate, R., Barragan, R.** (2019). “Desarrollo De La Oferta Turística En La Ruta Del Vino De Baja California (México)” *Sotavento M B A* (núm. 31) Pp. 80-90

Integración social al desarrollo turístico Riviera San Marcos en el estado de Guerrero

Miguel Ángel Cruz Vicente¹

Guadalupe Olivia Ortega Ramírez²

Naú Silverio Niño Gutiérrez³

Resumen

El desarrollo turístico Acapulco Sur-San Marcos forma parte del Plan de Desarrollo Integral para El Salvador, Guatemala, Honduras y el sur-sureste de México; implica la construcción de la autopista entre el aeropuerto de Acapulco y el nuevo emprendimiento turístico. Se propone al turismo como generador de empleos y palanca de desarrollo, y para que esto suceda es necesario que el gobierno en sus tres niveles construya infraestructura vial para el aterrizaje de las inversiones turísticas e inmobiliarias (edificación de resort y viviendas). Se implementarán parques de playa donde se integrará a las comunidades para que sean socios y no empleados del proyecto. Por lo tanto, es necesario utilizar la planeación participativa para identificar el potencial turístico, con la finalidad de someterlo a un análisis turístico-social, de tal forma que permita proponer productos turísticos periféricos, comunitarios y sustentables, e integrarlos a la cadena de valor a través de la generación de empresas de base comunitaria. La planeación participativa es una metodología que parte de la idea de que la elaboración de instrumentos de planeación no es solamente un asunto de carácter técnico, debe ser el resultado de un proceso de discusión y apropiación por parte de los actores sociales. Se plantea realizar actividades de consulta (entrevistas con informantes claves), trabajo de gabinete y de campo, talleres de participación que incorporen las visiones y concepciones de los involucrados en el proceso de generación de programas y/o proyectos.

El documento es un avance de la investigación “Diagnóstico Rural Participativo como Alternativa para la Integración a una Nueva Realidad de una Comunidad”, la cual tendrá como pruebas piloto las comunidades de Tecomate Pesquería (Laguna de Tecomate) en el municipio de San Marcos y Cruz Grande (Laguna de Chautengo) en Florencio Villarreal; es producto del convenio de los cuerpos académicos UAGRO-CA-146 “Innovación en la Gestión del Desarrollo Turístico” y UAGRO-CA-198 “Turismo, Sociedad, Medio Ambiente y Desarrollo Sustentable”, ambos de la Facultad de Turismo de la Universidad Autónoma de Guerrero.

Conceptos clave: 1. Desarrollo turístico, 2. Planeación participativa, 3. Riviera San Marcos.

Introducción

La génesis para la implementación del desarrollo turístico en el municipio de San Marco en el estado de Guerrero (denominado Acapulco Sur-San Marcos o Riviera San Marcos),

1 Doctor en Desarrollo Regional. Universidad Autónoma de Guerrero, Facultad de Turismo, miguelcruz_vicente@hotmail.com

2 Doctora en Ciencias Sociales. Universidad Autónoma de Guerrero, Maestría en Gestión Sustentable del Turismo, Facultad de Turismo, orteg.olivia@yahoo.com

³ Doctor en Ciencias Ambientales. Universidad Autónoma de Guerrero, Maestría en Gestión Sustentable del Turismo, Facultad de Turismo, nausilverio@yahoo.com.mx

comenzó en diciembre de 2007 cuando el director jurídico de la Promotora Turística de Guerrero (PROTUR) solicitó a la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) se le otorgaran (al organismo público descentralizado del gobierno de Guerrero PROTUR) diversas superficies ubicadas en el municipio de San Marcos de zona federal marítimo terrestre, zona federal del estero, terrenos ganados al estero y zona federal (margen) del río; con el objetivo del uso por parte de terceros y aprovechamiento bajo el esquema de playas sustentables.

El Acuerdo de la transferencia de terrenos, que sumados ascienden a 1,420,501.19 metros cuadrados (m²), ubicadas en “San José Guatemala, Medanito Perros de Agua, El Dorado Dos, El Médano, Los Villanueva, Barrio Pobre, Las Ramaditas y Boca del Río; se publicó en febrero de 2011 en el Diario Oficial de la Federación” (DOF, 21 de febrero de 2011). El traspaso, en hectáreas (ha), ascendió a 142.05. Para el año 2020 (03 de diciembre), el entonces gobernador Héctor Astudillo Flores informaba, de manera preliminar, la ubicación de las parcelas y superficies que correspondían a PROTUR y a los desarrolladores inmobiliarios, sumando un total de 4,111.05 ha (3,969 ha más de las cedidas por la SEMARNAT en el Acuerdo del 03 de febrero de 2007) y en el Tianguis Turístico 2022 la gobernadora Evelyn Cecia Salgado Pineda señalaba que la Riviera San Marcos abarcará 7,000 ha, con 40 kilómetros (km) de playas, es decir, el 6.04 por ciento del área total territorial del municipio de San Marcos será parte del desarrollo turístico. La expansión de la superficie, para el desarrollo turístico, es resultado de la venta que realizan los propietarios de las tierras a los empresarios.

“Los empresarios contratan individuos de un ejido para que entren en otro ejido que es de su interés, creando conflictos, lo cual les permitirá ingresar a esas tierras. A dichas personas les llaman paleros (son personajes revoltosos), que a través de la intimidación y la amenaza obligan a los propietarios a vender sus tierras a un bajo precio, los paleros les expresan a los dueños de la tierra que vendan porque como quiera se las van a quitar”. (Carpio, 2023)

Son nueve ejidos (sin mencionarlos por su nombre) los que abarcará el desarrollo turístico de la Riviera San Marcos, donde se realizará “una inversión de 2 mil 300 millones de dólares, se generarán 50 mil empleos indirectos y 23 mil directos” (Covarrubias y Aguilar, 2022). Para el aseguramiento de la inversión y que las empresas inmobiliarias aterrizarán sus proyectos era necesario la construcción de 16 km de carretera (en una primera etapa), a lo cual, el gobierno estatal y municipal se comprometieron a iniciar la pavimentación de los primeros ocho km de carretera, los otros ocho restantes serán construidos por los empresarios. “Se pretende contar, en total, con 31 km de carretera” (Ek, 2021), y “como parte de su enfoque sustentable, la carretera Costera Acapulco-San Marcos tendrá una ciclopista” (Cervantes, 2021).

“Existe poca información sobre el proyecto, pero a través de boletines emitidos por el gobierno estatal sobre el nuevo polo de desarrollo turístico se divulga la construcción de hoteles de lujo y ecológicos, campos de golf, clubs hípicas” (Cervantes, 2021). Se espera que para el “tercer o cuarto año de este sexenio (2021-2027) se estará instalando en la Riviera San Marcos el primer hotel Boutique” (Covarrubias y Aguilar, 2022).

“El proyecto turístico San Marcos comprende la construcción del complejo turístico Monte Alto, que tendrá un hotel integral con 1,200 cuartos, un resort de 400 habitaciones y 150 villas con frente de playa, la construcción de una marina para 120 embarcaciones, un campo de golf de 18 hoyos, un centro comercial, canchas de tenis, un centro acuático, un aviario con especies del lugar, un estanque con peces exóticos y un jardín botánico. La primera etapa considera la construcción de la carretera costera desde el puente de Lomas de Chapultepec, también considera la regeneración urbana de Llano de la Puerta, el diseño turístico del río Papagayo y de los Médanos para el mejoramiento de su imagen, la construcción de dos hoteles de gran turismo y un campo de golf. Otros proyectos son la construcción de un parque temático en armonía con la naturaleza, la construcción de un spa de aguas termales, la construcción de un complejo de viviendas ecológicas de interés social con criterios bioclimáticos, la construcción del centro de investigación de la tortuga y de un cocodrilario”. (Rodríguez, 2022)

“El desarrollo turístico Acapulco Sur-San Marcos forma parte del Plan de Desarrollo Integral para El Salvador, Guatemala, Honduras y el sur-sureste de México” (CEPAL, 2021a), el Plan se encuentra en concordancia con el Resolutivo 73/195 “Pacto Mundial para la Migración Segura, Ordenada y Regular”, aprobada el 19 de diciembre de 2018 por la Asamblea General de las Naciones Unidas y divulgado el 11 de enero de 2019.

“El objetivo del Plan es analizar las causas de la migración desde los países del norte de Centroamérica (El Salvador, Guatemala y Honduras) y el sur-sureste de México hacia el norte; qué la migración sea una opción y no una necesidad impuesta por las carencias. Se busca contribuir a lograr que la migración en estos países sea segura, ordenada y regular, y, de manera simultánea, atacar sus causas estructurales de modo de aumentar el bienestar de las poblaciones y que la movilidad humana sea una opción libremente escogida. (CEPAL, 2021a: 9-10)

En el Plan se propone “un camino hacia un estilo de desarrollo económicamente eficiente, socialmente inclusivo y ambientalmente sostenible” (CEPAL; 2021b: 7). El desarrollo turístico de San Marcos se ubica en el pilar de desarrollo económico dentro de los programas de infraestructura habilitante y es la “Propuesta 1.15: autopista entre el aeropuerto de Acapulco y el nuevo emprendimiento turístico del Pacífico en el estado de Guerrero” (CEPAL, 2021c: 100).

“La Propuesta 1.15 se encuentra alineada con cuatro de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible: a) Educación de calidad, b) Trabajo decente y crecimiento económico, c) Industria innovación e infraestructura y d) Producción y consumo responsable. Además, la construcción de la autopista tiene dos grandes objetivos: 1) diversificar la oferta turística del estado de Guerrero con un enfoque de desarrollo sustentable con el medio ambiente y socialmente responsable; y 2) la conectividad de Acapulco con la zona turística de San Marcos y de la Costa Chica de Guerrero; y comunicar hacia el estado de Oaxaca, Ciudad de México, Estado de México, Puebla y todo el centro de la República Mexicana. El desarrollo turístico será un importante generador de divisas, de empleos directos e indirectos y atraerá numerosos visitantes nacionales y extranjeros.

El potencial de San Marcos se sustenta en una superficie turística total de 7,623.95 ha y una longitud de playa de 45 km”. (CEPAL, 2021c: 100-101).

Cuadro 1. Pilares y Programas del Plan de Desarrollo Integral para El Salvador, Guatemala, Honduras y el sur-sureste de México

Pilar desarrollo económico	Pilar bienestar social	Pilar sostenibilidad ambiental, cambio climático, adaptación y reducción del riesgo de desastres	Pilar gestión integral del ciclo migratorio
A. Programa de desarrollo de infraestructura habilitante	A. Programa de inclusión social y laboral	A. Programa generación de conocimiento, datos y herramientas para adaptación al cambio climático y riesgos de desastres	A. Programa de respuestas integrales nacionales
B. Programa de fomento comercial e integración regional	B. Programa de habilidades para la vida	B. Programa para el fortalecimiento de resiliencia para prevenir el desplazamiento por desastres	B. Programas regionales.
C. Programa de desarrollo productivo	C. Programa de desarrollo infantil integral	C. Programa de cambio climático y soluciones basadas en la naturaleza	
D. Programa de desarrollo territorial	D. Programa de salud a lo largo de la vida		
E. Programa de macroeconomía para el desarrollo	E. Programa de prevención de la violencia y cultura de paz		

Fuente: CEPAL, 2021a: 4-8.

Con los recursos naturales que se ubican dentro del territorio de San Marcos y siguiendo los lineamientos del Acuerdo firmado entre PROTUR y SEMARNAT (diciembre de 2011) y del objetivo del Plan (CEPAL, 2021a) se propone, en un primer momento, al turismo como actividad económica generadora de empleos y palanca de desarrollo para detener la migración de la población de la Costa Chica y arraigarla a su lugar de origen. Este nuevo polo de desarrollo es extensión del modelo turístico extractivista de Acapulco.

Al inaugurarse la carretera que unió Playa Azul con Playa Ventura y el inicio de la construcción de la autopista Acapulco Sur-San Marcos comienza a materializarse lo idealizado: el circuito turístico desde San Marcos hasta Playa Azul-Playa Ventura (en los límites de los municipios de Copala con Marquelia); y a partir de la construcción de la infraestructura vial se aterrizarán las inversiones turísticas e inmobiliarias promoviendo el turismo residencial o de segunda residencia; este tipo de turismo, “se ubica entre el negocio

inmobiliario y el turismo tradicional, ubicado básicamente en destinos de sol y playa. Las formas principales son: resorts de grandes cadenas internacionales y desarrollos inmobiliarios residenciales” (Cañada, s.e.: 7-12).

Este modelo turístico (turismo residencial o de segunda residencia) presenta grandes contradicciones económicas, ambientales y sociales. Sin embargo, no se trata de matizar sobre las ventajas o desventajas de este estilo de desarrollo; se pretende proponer e insertar un modelo turístico con inclusión social para los miembros de la comunidad de los nueve ejidos donde se planea la Riviera San Marcos a través de la identificación y planificación de productos turísticos periféricos e incluyentes, utilizando la planeación participativa y anexarlos a la oferta turística, dado que, y de acuerdo al actual director de PROTUR; “se tiene planeado construir parques de playas, donde tendrán estacionamiento, lugares para vender comida, albercas, baños entre otros; y se integrará a las comunidades para que sean socios y no empleados del proyecto” (Covarrubias y Aguilar, 2022).

Cabe señalar que el presente documento es un avance de la investigación “Diagnóstico Rural Participativo como Alternativa para la Integración a una Nueva Realidad de una Comunidad”, la cual tendrá como pruebas piloto las comunidades de Tecomate Pesquería (Laguna de Tecomate) en el municipio de San Marcos y Cruz Grande (Laguna de Chautengo) en Florencio Villarreal; y es producto del convenio de colaboración y cooperación entre los cuerpos académicos UAGRO-CA-146 “Innovación en la Gestión del Desarrollo Turístico” y UAGRO-CA-198 “Turismo, Sociedad, Medio Ambiente y Desarrollo Sustentable”, ambos de la Facultad de Turismo de la Universidad Autónoma de Guerrero (UAGro).

Objetivo

Teniendo como base las herramientas del Diagnóstico Rural Participativo (DRP), se establece el siguiente objetivo: *utilizar la planeación participativa para identificar el potencial turístico, con la finalidad de someterlo a un análisis turístico-social, de tal forma que permita proponer productos turísticos periféricos, comunitarios y sustentables, e integrarlos a la cadena de valor a través de la generación de empresas de base comunitaria.*

Metodología

El DRP es una manera de analizar la realidad utilizando técnicas y/o instrumentos de participación comunitaria, aportando elementos transcendentales al enfoque territorial del desarrollo local, facilitando la comprensión holística del espacio rural y los fenómenos que se desenvuelven en su interior, teniendo como punto de partida el territorio y la territorialidad (desde la cosmovisión latinoamericana).

Boullon (2006: 64) señala, “en el espacio rural (espacio natural adaptado) es el hombre quien determina que actividades productivas se deben realizar”. En este sentido, y desde el enfoque territorial, se debe abordar la nueva realidad de las comunidades desde una cosmovisión compleja que se amplie más allá del desarrollo de lo agrario a nuevas formas de agregación de valor (servicios ambientales, turismo, entre otros); asumiendo con esto una nueva tipología: espacio turístico. Esta nueva tipología tiene como insumo principal los recursos naturales que se ubican dentro del radio de influencia de su territorio y son el

insumo principal de la actividad turística. La Secretaría de Turismo Federal (SECTUR) señala que “el éxito de la actividad turística depende de la existencia de los recursos naturales, arqueológicos, históricos y culturales” (SECTUR, s.e.: 21).

Antes de hacer el planteamiento de la planeación participativa es necesario identificar una serie de elementos esenciales. En forma sencilla, la planeación se puede definir como un proceso lógico para ganar conocimiento. Es decir, mediante procedimientos razonados se ordenan todas las acciones que se aproximen a las ideales, es decir, la planeación es un proceso de pensamiento, es un ejercicio de reflexión, generadora de ideas, analítica, propone y evalúa diversas alternativas y posibilidades. Es decir, el precio por planear es mínimo y su impacto son invaluable. En este sentido, la planeación se realiza a partir de la oferta con algunas restricciones, por ejemplo, las diferencias geográficas o la dotación de recursos naturales. En el ámbito local la planeación le corresponde al municipio, ya que como célula básica e instancia primaria de gobierno puede y debe influir en la participación de la sociedad en la toma de decisiones colectivas.

La planeación participativa es una metodología que parte de la idea de que la elaboración de instrumentos de planeación no es solamente un asunto de carácter técnico, sino que debe ser el resultado de un proceso de discusión y apropiación por parte de los actores sociales. No basta con que un equipo de profesionales elabore los planes siguiendo un esquema de planeación riguroso desde el punto de vista técnico, sino que los sujetos que realizan el plan, es decir, los técnicos, los actores sociales y dirigentes de la organización, deben ver reflejado sus propias visiones y aspiraciones en ese plan para que en realidad pueda ser un instrumento de utilidad.

Por ello, se plantea como ejes metodológicos fundamentales: la realización de un conjunto de actividades de consulta (entrevistas no estructuradas con informantes claves), análisis descriptivo, trabajo de gabinete (diagnóstico de la situación) y de campo, talleres de participación (lluvia de ideas, grupos focales), con información transversal, que permita incorporar las visiones y concepciones de los actores involucrados en el proceso de generación de programas y/o proyectos (diagnóstico participativo), todo esto desarrollado en las siguientes fases:

Fase I. Conociendo al grupo meta.

- a) Organización social.
- b) Representantes.

Fase II. Identificación de la comunidad

- a) Aspecto territorial.
- b) Aspecto social.
- c) Aspecto económico.
- d) Aspecto ambiental.
- e) Aspecto político.

Fase III. Inventario de atractivos turísticos reales y potenciales.

- a) Trabajo de campo con informantes claves.
- b) Registro de atractivos en cédulas.

Fase IV. Generando subproductos turísticos alternativos

- a) Taller participativo: Identificación de actividades de turismo alternativo de atractivos registrados.

b) Identificando la cadena de valor turístico.

Fase V. Empresas de base comunitaria.

a) Taller participativo: economía social y solidaria.

b) Taller participativo: generación de las empresas de base comunitaria.

Fase VI. Evaluación y seguimiento

a) Asesorías.

Castañeda (2008), identifica tres metodologías que se aplican en la planeación participativa: 1) Planeación Estratégica Situacional (PES), 2) Método ALTADIR de Planificación Popular (MAPP) y 3) Metodología ZOPP (por sus siglas en alemán de Planificación de Proyectos Orientada a Objetivos); las cuales son visuales (pictográficas), flexibles en su aplicación y desarrollo, debido al componente humano que se integra a este tipo de método de planeación.

La metodología ZOPP se ha utilizado en proyectos en diversas áreas. Es un método de reflexión, discusión y creación colectiva, que requiere de la acción y el compromiso de los participantes y del consenso en sus decisiones (Sánchez, 2003). Define e identifica de manera sistemática, clara y sencilla el problema, identifica a los involucrados (personas), analiza la problemática, define los objetivos y plantea las posibles soluciones del problema, y los resultados viables (planes, programas y/o proyectos específicos a realizar).

El método ZOPP se aplica como un proceso integral, con rigor y flexibilidad a la vez, donde no siempre se ejecutan todos sus elementos, es decir, la metodología ZOPP se adopta y adapta. Sus pasos principales son: 1) Análisis de la situación, 2) Matriz de planeación del proyecto, 3) Programa operativo y 4) Seguimiento y evaluación. Sin embargo, y de acuerdo con la flexibilidad en su aplicación, se pueden utilizar todos los componentes de la metodología ZOPP o algunas de sus partes. La parte de interés es el análisis de la situación, la cual está integrada por: a) diagnóstico, b) análisis de involucrados, c) árbol de problemas, d) árbol de objetivos y e) alternativas de solución.

El diagnóstico servirá como marco de referencia sobre la situación que ostenta la comunidad (como está) y trazar el camino (como quiero estar). En el análisis de involucrados se analizan las personas, dependencias de gobierno en sus tres niveles, grupos de interés y organizaciones de la sociedad civil involucradas en el proyecto, “indicando sus características, fortalezas, debilidades, intereses y expectativas” (CONAGUA, 2000: 10).

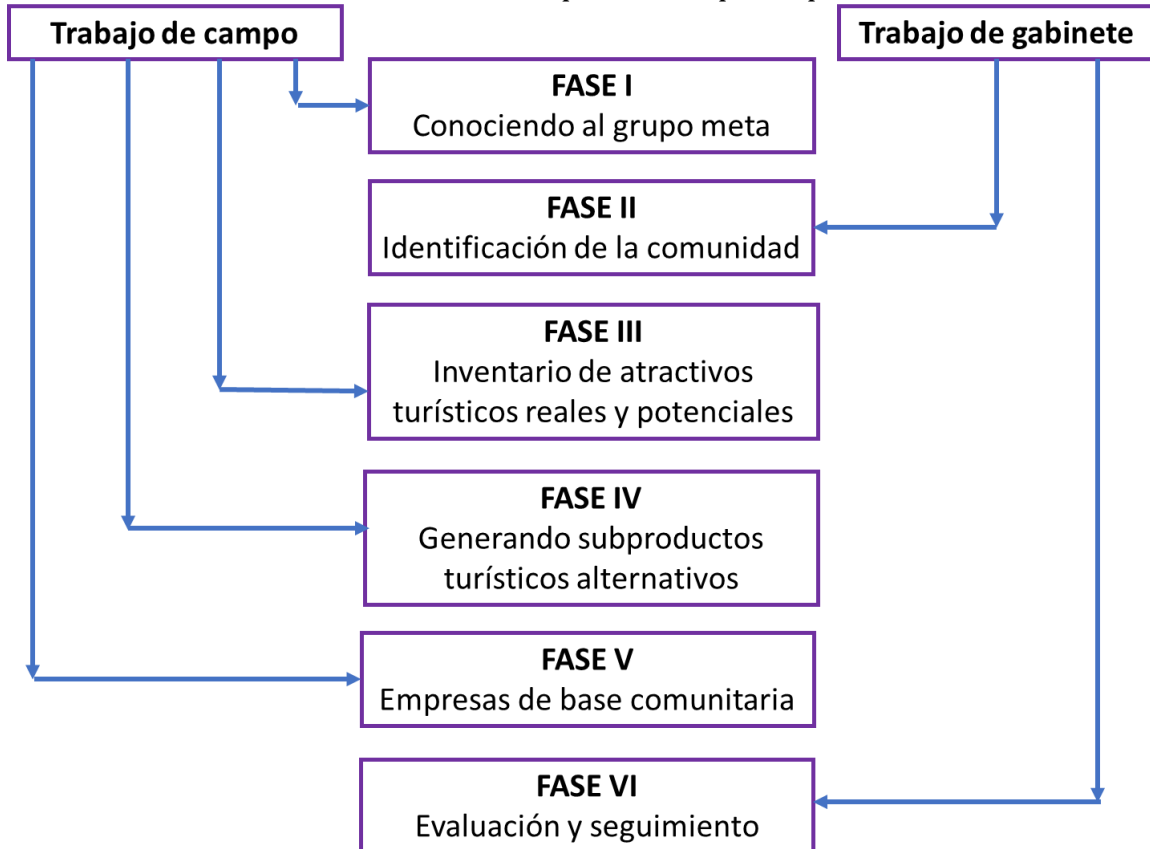
Para realizar el árbol de problemas es necesario expresarlo en forma negativa y visual. Por consiguiente, se deben: 1) identificar los problemas principales, 2) definir el problema central y 3) visualizar y analizar en forma esquemática las causas y los efectos del problema. El árbol es para un solo problema y debe ser identificado en forma puntual (no los posible, ficticios o futuros) y es necesario resolverlo. En el árbol de objetivos se describe la situación que se desea, mediante la transformación de las relaciones causa-efecto por el de medios-fines y la identificación de las posibles alternativas de solución. Por último, tenemos las alternativas, las cuales están representadas por el conjunto de programas/proyectos para identificar combinaciones de medios-fines que pueden llegar a ser estrategias de solución.

El método ZOPP puede aplicarse como un proceso integral, con dureza y maleabilidad a la vez. Cuando se aplica el método a una situación específica, se debe asegurar que los

resultados serán más sólidos y confiables en el transcurso del tiempo; de este modo aumentará el compromiso de los beneficiarios porque las decisiones no son unilaterales ni verticales, son colegiadas y consensuadas.

La participación social debe ser considerada dentro de las políticas públicas como la forma más viable para responder a las necesidades de la comunidad, ya que al compartirse el poder se generan consensos, se elaboran propuestas y se contribuye en la toma de decisiones, es decir, se construye una buena gobernanza que finalmente redunda en la gobernabilidad de la sociedad y en el bienestar colectivo.

Gráfica 1. Fases de la planeación participativa



Fuente: elaboración propia.

Resultados

Fase I

Conociendo al grupo meta

La primera parte consiste en conocer y recorrer el lugar objeto de estudio y al grupo meta con el cual se realizarán los talleres de participación con la finalidad de generar productos turísticos periféricos, comunitarios y sustentables, con la intención de incluirlos en la cadena de valor a través de indagar, en las economías transformadoras, la mejor forma de asociación comunitaria, y esto se puede lograr impulsando el turismo comunitario.

“El turismo comunitario es de pequeña escala, establecido en zonas rurales, donde la población local, por medio de sus estructuras organizativas, ejercen un papel preponderante en su control y gestión; es deseable porque se dirige a los sectores más desfavorecidos de la sociedad, tiene voluntad de distribución equitativa de los beneficios y establece sinergias con otras políticas de desarrollo e implica la autogestión de tal forma que la comunidad asuma el control de todos los procesos de planificación, operación, supervisión y desarrollo; reafirmando la reivindicación del derecho a la propiedad y uso de las tierras y territorios en manos de las comunidades locales”. (Gastón y Cañada, 2005:108-109)

Palomino, Gasca y López (2016), identifican dos características fundamentales para el surgimiento del turismo comunitario: 1) el deterioro en la calidad de vida en las comunidades rurales derivado de la crisis del sector agropecuario y 2) los proyectos de inversión extractivistas promovidos desde el Estado en territorios de comunidades campesinas e indígenas que son ricos en recursos naturales y que han sido mercantilizados.

En el turismo comunitario se amalgaman diferentes elementos para su funcionamiento; primeramente, debe ser una actividad complementaria de las actividades principales que se realizan en la comunidad, entender a la comunidad desde su estructura y funcionamiento (y a los miembros de la comunidad por su sentido de pertenencia), debe utilizarse y adaptarse la infraestructura existente, la utilización de recursos de uso común, las acciones colectivas, el establecimiento de dialogo de saberes, el empoderamiento, la formación de redes de colaboración y su gobernanza.

Fase II

Aspecto territorial

San Marcos es uno de los 85 municipios del estado de Guerrero. La entidad guerrerense se ubica en la región sur-sureste de la República Mexicana, dividida en ocho regiones (Acapulco, Costa Grande, Costa Chica, Norte, Centro, Montaña, Tierra Caliente y Sierra). Tiene una superficie de 1 156.5 km², representa el 1.8 por ciento del territorio estatal, la densidad de población es de 43.3 (hab/km²), está conformado por 121 localidades (INEGI, 2020a).

Con datos del INEGI (2009), el municipio de San Marcos (conocido como la puerta de oro de la Costa Chica) se ubica entre los paralelos 16° 38' y 17° 04' de latitud norte; los meridianos 99° 11' y 99° 38' de longitud oeste; altitud entre 0 y 2 300 metros (m). Colinda al este con los municipios de Tecoaapa y Florencio Villarreal, al sur con el municipio de Florencio Villarreal y el Océano Pacífico, al oeste con el Océano Pacífico y con el municipio de Acapulco de Juárez, y al norte con los municipios de Acapulco de Juárez, Juan R. Escudero y Tecoaapa.

La localidad objeto de estudio del municipio de San Marcos es Tecomate Pesquería. Su ubicación geográfica es: longitud 99° 21' 43.107 W, Latitud 16° 41' 48.628 N, con una altitud de siete metros sobre el nivel del mar (msnm).

Mapa 1. Ubicación geográfica de la comunidad de Tecomate Pesquería

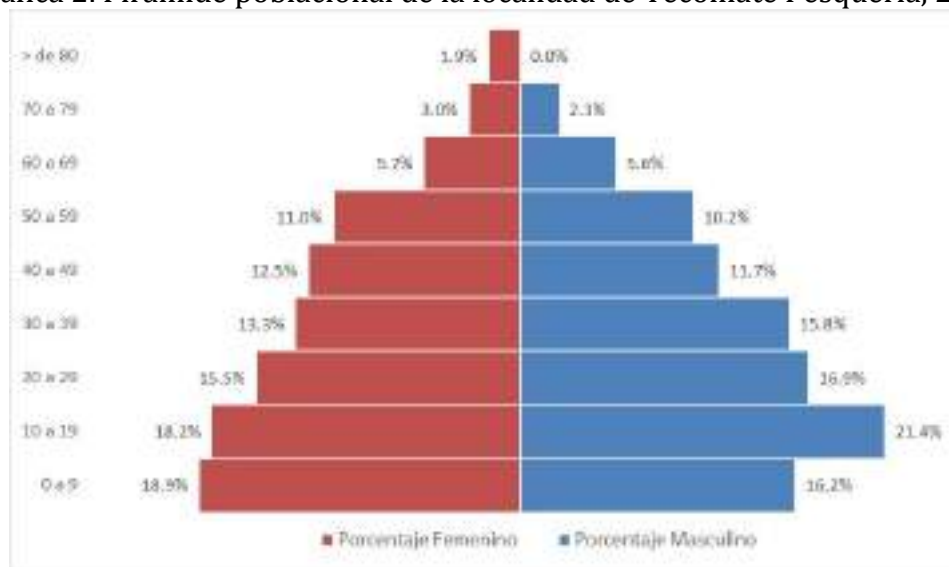


Fuente: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/espacioydatos/default.aspx?ag=12>

Aspecto social

La localidad de Tecomate Pesquería tiene una población de 530 habitantes, de los cuales el 50.2 y 49.8 por ciento corresponden a personas del sexo masculino y femenino, respectivamente. La relación hombres-mujeres es de 100.76, es decir, por cada 100 mujeres existen alrededor de 101 hombres; 2.83 es el promedio de hijas e hijos nacidos vivos. El porcentaje de población en hogares censales indígenas es de 2.8; 106 personas (entre hombres y mujeres) se considera afromexicanas o afrodescendientes.

Gráfica 2. Pirámide poblacional de la localidad de Tecomate Pesquería, 2020



Fuente: elaboración propia a partir de INEGI (2020b).

El 9.1 por ciento de la población no sabe leer ni escribir, el grado promedio de escolaridad es de 6.4 años. La población afiliada a servicios de salud asciende a 59 de cada

100. El 96.6 por ciento profesa la religión católica. El total de viviendas particulares habitadas de la localidad asciende a 156, donde 3.4 es el promedio de ocupantes en las viviendas. El 78.8 por ciento de las viviendas particulares disponen de drenaje y sanitario con admisión de agua. Cerca del 100 por ciento (99.4) de las viviendas particulares disponen de energía eléctrica; 85 de cada 100 viviendas particulares habitadas disponen de agua entubada en el ámbito de la vivienda, su fuente de suministro a través de pozos. Solamente el 31.4 por ciento tienen la posibilidad de almacenar agua, ya sea en tinacos (17.3) o en cisternas (14.1).

Ante la ausencia de información de la localidad sobre su avance o retroceso en su desarrollo social, se presenta de manera agregada (municipal) sus indicadores:

- a) El índice de marginación es de 49.752, con un grado de marginación alto.
- b) El índice de desarrollo humano asciende a 0.682 (IDH medio).
- c) El índice de rezago social es de 0.6156 (IRS medio).
- d) El 60.5 por ciento de la población se encuentra en pobreza extrema (20.5 por ciento en pobreza extrema, 40.5 por ciento en pobreza moderada y solamente el 3.1 por ciento son personas no pobres y no vulnerables).

Aspecto económico

Grandes culturas ancestrales se asentaron alrededor de cuerpos de agua aprovechando los beneficios derivados de su posición geográfica. La localidad de Tecomate Pesquería se ubica en el margen de la Laguna de Tecomate, es una comunidad de pescadores. Villerias et al. (2016), “identifican cuatro especies: lisa (*Mugil sp*), malacapa (*Diapterus peruvianos*), bandera (*Ariidae*), pijolín (*Centropomus robalito*), tilapia y jaiba”.

En el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI (2023) están registradas para la localidad de Tecomate Pesquería ocho unidades económicas identificadas en el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte 2018 (SCIAN 2018) como actividades del sector primario: Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza.

Además, existen otras pequeñas actividades económicas agrícolas y de cría de animales para su venta y el autoconsumo. Destacan los cultivos de maíz, frijol, ajonjolí, jamaica, calabaza, sandía y melón; esta actividad no está tecnificada, en realidad son pequeños cultivos o parcelas de pequeños propietarios. La actividad pecuaria es incipiente, destacando el ganado vacuno de pastoreo y, en menor proporción, el porcino y caprino.

También concurre una incipiente actividad turística basada en la explotación de su recurso natural (laguna) y en acontecimientos programados (Festival del Caldo); en el margen del cuerpo de agua se ofrecen servicios de restauración (alimentos y bebidas) en pequeñas enramadas (restaurantes tradicionales de la costa guerrerense), algunas funcionan cada fin de semana y ofrecen platillos típicos de la Costa Chica para el visitante local, regional y, en menor número, nacional. Las actividades turísticas en San Marcos se encuentran regulados por el Reglamento Municipal de Actividades y Servicios Turísticos.

De acuerdo con la información disponible, en la localidad, la Población Económicamente Activa (PEA) es predominantemente del sexo masculino, es decir, por cada

diez hombres existen tres mujeres registradas en la PEA. De la PEA total aproximadamente el 100 por ciento se encuentra ocupada (99.6), por sexo tenemos que toda la PEA femenil se encuentra ocupada y la PEA ocupada de los hombres es del 99.4 por ciento.

Cuadro 2. Población Económicamente Activa e Inactiva en Tecamate Pesquería, 2020

	Total	Hombres	Mujeres	Porcentaje Hombres	Porcentaje Mujeres
Población Económicamente Activa	223	169	54	75.8	24.2
Población Económicamente No Activa	189	37	152	19.6	80.4

Fuente: INEGI (2020b).

A nivel localidad no existe información sobre los ingresos de las personas que trabajan, sin embargo, se rescatan las entradas de dinero de los trabajadores con el cual se construye el índice y grado de marginación, señalando que el 80.17 por ciento de la población ocupada del municipio de San Marcos tienen ingresos de hasta dos salarios mínimos. Además, otros datos corresponden a la población con ingresos inferiores a la línea de pobreza y pobreza extrema por ingreso, los cuales, en porcentaje, ascienden a 66.2 y 27.4 por ciento, respectivamente.

Aspecto ambiental

De acuerdo con el INEGI (2009), las formas del terreno del municipio de San Marcos se distribuyen de la siguiente manera: Sierra baja (0.03%), Valle ramificado con lomerío (0.45%), Llanura con lomerío (0.57%), Llanura costera con lagunas costeras salina (9.27%), Llanura costera con lomerío (10.79%), Sierra baja compleja (36.96%) y Lomerío con llanuras (41.93%). Los cerros más conocidos son: la Loma Montesa, Moctezuma, Monte Redondo y El Fraile.

En la Enciclopedia Guerrerense (2020) se indica que “los principales recursos naturales de San Marcos son la flora y la fauna, los recursos hidrológicos, las playas, los suelos y la Laguna de Tecamate”. Tiene un clima cálido subhúmedo con lluvias de junio a septiembre, en primavera y verano es cálido; los vientos se mueven en dirección sureste a noreste; con un intervalo de temperatura de que va de 22 a 28° Centígrados (C).

Tabla 1. Hidrografía de San Marcos

Región hidrológica-administrativa	• Pacífico Sur.
Región hidrológica	• Costa Chica - Río Verde (100%).
Cuenca	• R. Nexpa y Otros (54.18%), R. Ometepec o Grande (31.63%) y R. Papagayo (14.19%).
Subcuenca	• R. Cortés y Estancia (51.8%), L. Tecamate (31.6%), R. Papagayo (14.1%) y R. Nexpa (2.3%).
Corrientes de agua	• Perennes: Chacalapa, Coquillos, Cortés, El Limón, El Recibimiento, Grande, La Estancia, La Unión, Las Vigas, Los Muertos, Moctezuma, Nexpa, Papagayo, Pozuelo y Topilapa.

	• Intermitentes: Agua Caliente, Barranca Honda, El Carrizo, El Fraile, El Guapo, El Recibimiento, El Reparo, El Zapote, Frío, Grande, Infiernillo, Jiménez, La Estancia, La Simona, La Vainilla, Lagarteros, Las Cabecitas, Las Maromas, Las Minas, León, Llano Grande, Los Amates, Los Potreros, Lucía, Mano del Tigre, Moledor, Moreno, Organito, Pilastra, San Marcos, San Nicolás, Seco, Teconche, Vista Hermosa y Xalpatlahuac.
Cuerpos de agua	• Perenne: Laguna de Tecomate (2.48%).
Acuífero	• Acuífero: San Marcos (1231).

Fuente: INEGI (2009: 2)

“La laguna de Tecomate tiene una extensión de 28 Km², se localiza a 11 km de la cabecera municipal, que tiene el mismo nombre del municipio, se ubica entre los paralelos 16° 38’ y 16° 43’ de latitud norte y los 99° 25’ de longitud oeste. Es una laguna somera con una profundidad máxima de 1.50 m. Se distinguen tres especies de mangle: blanco, rojo y negro. El mangle tiene un área, alrededor de la laguna, de 339.34 ha. La distribución del mangle está confinada en el borde del cuerpo de agua y reducida a una franja delgada de aproximadamente 15 metros en promedio. La vegetación presenta una sucesión ecológica definida, el mangle blanco está ubicado en la parte de contacto con el agua y soporta los diferentes cambios de salinidad, temperatura y falta de humedad (agua)”. (Villerías, Tello y García, 2016: 11-13)

Para regular el uso y disfrute de la Laguna de Tecomate se publicó, en 2009, el Reglamento Municipal de Actividades, Servicios y Utilización de la Playa y la Laguna de Tecomate en San Marcos, Guerrero; el cual establece las condiciones de uso. Además, para regular la utilización del suelo de todo el territorio municipal (ejidos, comunidades y pequeñas propiedades), excepto la cabecera municipal (Plan de Desarrollo Urbano), se aprobó el Programa Municipal de Ordenamiento Ecológico y Territorial, con la finalidad de establecer criterios de regulación ecológica para el aprovechamiento racional, conservación, restauración y protección de los recursos naturales. Aunado a lo anterior, y para la formulación y conducción de la política ecológica, ambiental y forestal, el municipio tiene su Reglamento de Ecología, Medio Ambiente y Desarrollo Forestal Sustentable.

Aspecto político

En México, el fundamento jurídico de los municipios está sustentado en el Artículo 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y las normas generales para orientar el régimen de gobierno, la organización y funcionamiento de la Administración Pública Municipal se sostiene en el Bando de Policía y Buen Gobierno.

De acuerdo con el Bando de Policía y Buen Gobierno del Municipio de San Marcos, Guerrero (2009), el gobierno del municipio es administrado por un ayuntamiento, compuesto por un “presidente municipal un síndico procurador, ocho regidores, un tesorero y diferentes directores de área” (H. Ayuntamiento de San Marcos, 2023). Sus integrantes son

elegidos para un período de tres años. Para su administración interna el municipio se divide en comisarías y colonias. “Las Comisarías son órganos de desconcentración territorial de la Administración Pública Municipal, y de participación de la comunidad, de integración vecinal y de carácter honorífico” (Art 4. Ley Número 652, para la elección de comisarías municipales del estado de Guerrero). En este sentido, Tecamate Pesquerías es una de las 81 comisarías que pertenecen al municipio y el representante municipal es el comisario.

Sobre la representación legislativa (diputados locales y federales), el estado de Guerrero está formado por 28 Demarcaciones Distritales Electorales Locales, el municipio de San Marcos (con 48 secciones) es la cabecera Distrital XIII, donde se integran los municipios de Juan R. Escudero con 24 secciones y Tecoaapa con 39 secciones, en total son 111 secciones electorales. A nivel federal son ocho Demarcaciones Distritales Electorales Federales; San Marcos forma parte del Distrito 08, el cual tiene su cabecera Distrital en Ometepec, se conforma por 383 secciones electorales de 17 municipios.

Cuadro 3. Municipios y secciones que conforman el Distrito 08 de Guerrero

Municipio	Secciones	Municipio	Secciones
Ayutla de los Libres	55	Metlatonoc	01
Azoyú	17	Ometepec	38
Copala	14	San Luis Acatlán	24
Cuajinicuilapa	28	San Marcos	48
Cuautepec	13	Tecoanapa	39
Florencio Villarreal	18	Tlacoachistlahuaca	14
Igualapa	12	Xochistlahuaca	15
Juan R. Escudero	24	Marquelia	11
Juchitán	12		

Fuente: Diario Oficial de la Federación (20/02/2023).

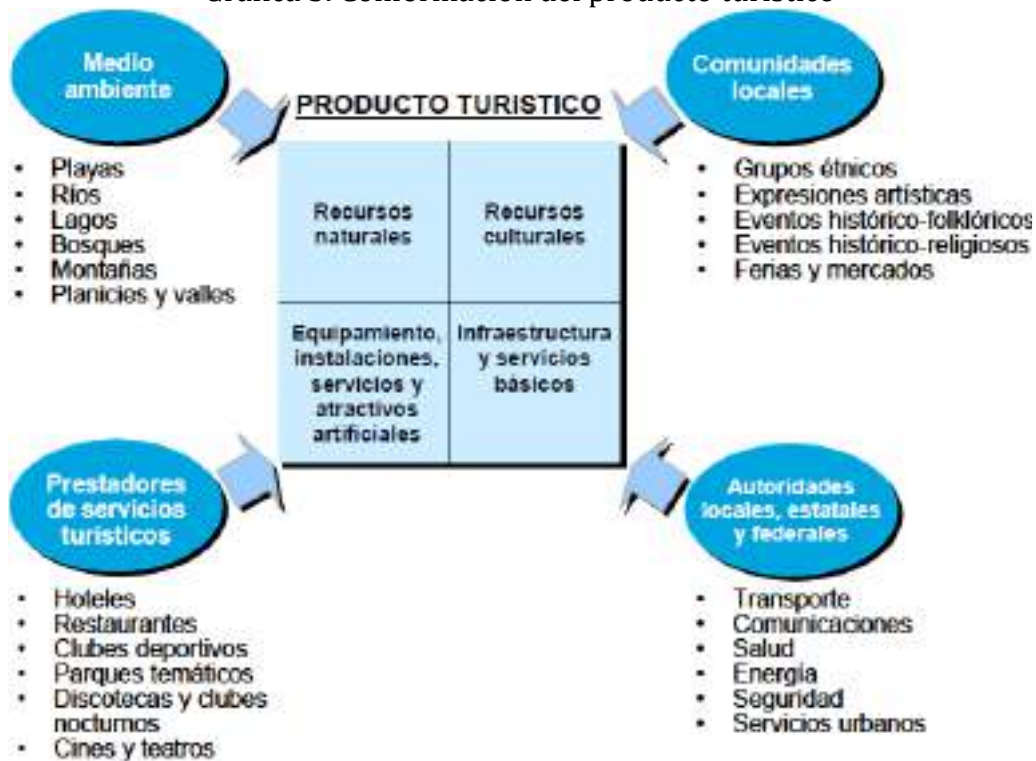
Fase III

Inventario de atractivos turísticos reales y potenciales

El potencial de la comunidad de Tecamate Pesquería está en función de sus recursos naturales, los cuales son inherentes a su territorio (factores endógenos), forman parte de su patrimonio y los habitantes han obtenido beneficios por su utilización en diferentes actividades económicas. Además, estos recursos naturales tienen la capacidad de atracción y pasan a formar parte del producto turístico. De acuerdo con la OMT (2023), “el producto turístico mezcla elementos materiales e inmateriales, como son los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, los servicios, las actividades e instalaciones en torno a un elemento de interés”. Es decir, “en la construcción del producto turístico deben respetarse los elementos básicos del turismo” (CET y OMT, 2013).

Es trascendental identificar las diferencias entre recurso turístico y atractivo turístico. “El recurso turístico está conformado por el medio ambiente, la riqueza arqueológica y las expresiones históricas, constituyendo así la base del producto turístico; cuando la actividad del hombre adiciona valor cuando incorpora instalaciones, equipamiento y servicios, a este recurso lo convierte en atractivo turístico” (SECTUR, s.e.: 22).

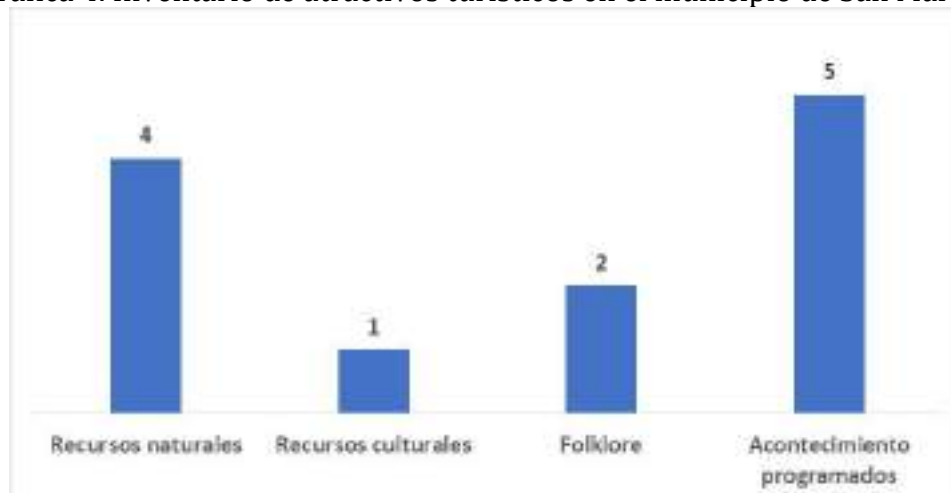
Gráfica 3. Conformación del producto turístico



Fuente: SECTUR, s.e.: 22.

Para Briseño (2019: 2019), “la connotación de atractivo turístico suele ser tan variada como imprecisa por su alto grado de subjetividad”; sin embargo, la SECTUR (2023) señala que son los “valores existentes (natural, cultural o de sitio) que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo”. En este sentido, los atractivos turísticos se dividen en: 1) recursos naturales, 2) recursos culturales, 3) folklore, 4) realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas y 5) eventos programados.

Gráfica 4. Inventario de atractivos turísticos en el municipio de San Marcos



Fuente: Briseño, 2019: 1113.

En la comunidad de Tecomate Pesquería se ubica un atractivo natural (laguna) y un evento programado (festival del caldo), es decir, un atractivo dentro de otro, a lo que Boullón (2006: 79) denomina Unidad Turística, y es en esta categoría, del espacio turístico, el lugar donde se debe identificar que actividades de turismo alternativo se pueden realizar y qué beneficien a los pobladores de la comunidad a partir de pequeños emprendimientos de base comunitaria con la finalidad de integrarlos a la cadena de valor turístico.

A manera de conclusión

En este avance de investigación se realizó trabajo de gabinete a partir de la poca información que existe sobre el desarrollo turístico Acapulco Sur-San Marcos (Riviera San Marcos), son más las notas periodísticas obtenidas en conferencias de prensa realizadas por las autoridades gubernamentales y publicadas en periódicos digitales, que la información documental plasmada en un Plan Maestro o Programa de Desarrollo Turístico, falta muchísima información (*dixit* Silvio Rodríguez García) que se sociabilice.

Muchos estudiosos del turismo han analizado las contradicciones del modelo de desarrollo turístico que se pretende implementar en la Riviera San Marcos, por tal motivo es de suma importancia incluir a la población local en la dinámica turística a partir de buscar y encontrar el efecto multiplicador o acelerador que revitalice el crecimiento y desarrollo del turismo a partir de las inversiones públicas (obras de infraestructura) y privadas (planta turística).

A partir de la identificación de los atractivos y potencialidades turísticos se comienza con la segunda parte de la investigación, la cual consiste en la implementación de los talleres de planificación participativa con la finalidad de consensuar las actividades de turismo alternativo a realizar y proponer los emprendimientos y su forma de organización con la finalidad de integrarse a la cadena de valor turístico, lo cual permitirá mejorar la calidad de vida de los miembros de la comunidad garantizando su bienestar.

Referencias

- Astudillo, H.**, [HectorAstudillo], (2020). [*Este proyecto estuvo detenido durante muchos años*]. [Twitter]. 03 de diciembre. Disponible en: <https://twitter.com/HectorAstudillo/status/1334557330017497091> [30/06/2023].
- Boullón, R. C.**, (2006), *Planificación del espacio turístico*. México. Editorial Trillas.
- Briseño H., J. J.**, (2019), *Inventario de atractivos turísticos actuales y potenciales por municipio en zonas económicas*. México. Universidad Autónoma de Guerrero.
- Cámara de Diputados**, (2023), "Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos". Última reforma publicada en DOF 06-06-2023, diputados.gob.mx. Disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPEUM.pdf> [20/07/2023].
- Carpio C., L.**, (2023), "San Marcos vs expansión turística de Acapulco", *cityjournal.online*. Disponible en: <https://cityjournal.online/san-marcos-vs-acapulco-leticia1/> [25/06/2023].

- Cañada. E.,** (s.e.), *Impactos del turismo en los países del Sur y Turismo Rural Comunitario*. Foro Turismo Responsable. España. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.
- Castañeda M., Y.,** (2008), *Metodologías de planeación participativa, herramientas para la gerencia social*. Trabajo de grado para obtener el título de Especialista en Gerencia Social, Escuela Superior de Administración Pública, Departamento de Posgrado. Colombia.
- CEPAL,** (2021a), *Plan de Desarrollo Integral para el Salvador, Guatemala, Honduras y el sureste de México*, vol. 1 (LC/TS.2021/7), Santiago de Chile.
- CEPAL,** (2021b), *Plan de Desarrollo Integral para el Salvador, Guatemala, Honduras y el sureste de México. Síntesis* (LC/TS.2021/7), Santiago de Chile.
- CEPAL,** (2021c), *Plan de Desarrollo Integral para el Salvador, Guatemala, Honduras y el sureste de México*, vol. 2 (LC/TS.2021/8), Santiago de Chile.
- Cervantes, Z.,** (2021). “Astudillo impulsó proyecto turístico en beneficio de él y allegados suyos”, *Trinchera Políítica y Cultura*, 18 a 24 de octubre, Información, Astudillo impulsó proyecto turístico en beneficio de él y allegados suyos | Trinchera #1067 (trinchera-politicaycultura.com)
- CET y OMT,** (2013), *Manual de desarrollo de productos turísticos*. Madrid. Organización Mundial del Turismo.
- CONAGUA,** (2000), *Planeación de proyectos orientada a objetivos. Método ZOPP*. México. Comisión Nacional del Agua/Subdirección General de Programación/Gerencia de Planeación Hidráulica.
- Consejería Jurídica del estado de Guerrero,** (2021), Ley Número 652, para la elección de Comisarías municipales del estado de Guerrero, *guerrero.gob.mx*. Disponible en: <https://www.guerrero.gob.mx/wp-content/uploads/2022/08/L652ECMEGRO.pdf> [20/07/2023].
- Covarrubias, A. y Aguilar, D.,** (2022), “Planean Riviera San Marcos, un proyecto turístico de 2 mil 300 mdd en Guerrero”, *El Sol de México*, 05 de mayo, Finanzas, <https://www.elsoldemexico.com.mx/finanzas/planean-riviera-san-marcos-un-proyecto-turistico-de-2-mil-300-millones-de-dolares-en-guerrero-8239677.html>
- DOF** (21 de febrero de 2011), “Acuerdo por el que se destinan a Promotora Turística de Guerrero diversas superficies”, *Diario Oficial de la Federación*, 21 de febrero, Quinta Sección.
- DOF** (20 de febrero de 2023), “Acuerdo del Instituto Nacional Electoral por el que se aprueba el proyecto de la demarcación territorial de los trescientos distritos electorales federales uninominales en que se divide el país y sus respectivas cabeceras distritales, a propuesta de la Junta General Ejecutiva”. *Diario Oficial de la Federación*, 20 de febrero.
- Ek, R.,** (2021). “Guerrero: Inicia construcción de la Costera Acapulco-San Marcos”, *SDP Noticia*, 11 de enero, Estados, Guerrero: Inicia construcción de la Costera Acapulco-San Marcos (sdpnoticias.com)

- Enciclopedia Guerrerense**, (2020), San Marcos, *enciclopediagro.mx*, Disponible en: <https://enciclopediagro.mx/resumen-municipal/san-marcos/> [20/07/2023].
- Gascón, J. y Cañada, E.**, (2005), *Viajar a todo tren. Turismo, Desarrollo y Sostenibilidad*. España. Icaria Editorial.
- H. Ayuntamiento de San Marcos**, (2008), *Reglamento Municipal de Actividades y Servicios Turísticos de San Marcos, Guerrero*. Fortalecimiento Municipal/Consejería Jurídica.
- H. Ayuntamiento de San Marcos**, (2009a), *Reglamento de Ecología, Medio Ambiente y Desarrollo Forestal Sustentable del Municipio de San Marcos, Guerrero*. Fortalecimiento Municipal/Consejería Jurídica.
- H. Ayuntamiento de San Marcos**, (2009b), *Reglamento Municipal de Actividades, Servicios y Utilización de la Playa y la Laguna de Tecamate en San Marcos, Guerrero*. Fortalecimiento Municipal/Consejería Jurídica.
- H. Ayuntamiento de San Marcos**, (2009c), *Programa Municipal de Ordenamiento Ecológico y Territorial de San Marcos, Guerrero*. Fortalecimiento Municipal/Consejería Jurídica.
- H. Ayuntamiento de San Marcos**, (2009d), *Plan de Desarrollo Urbano de la Cabecera Municipal de San Marcos, Guerrero*. Fortalecimiento Municipal/Consejería Jurídica.
- H. Ayuntamiento de San Marcos**, (2009e), *Bando de Policía y Buen Gobierno del municipio de San Marcos, Guerrero*. Fortalecimiento Municipal/Consejería Jurídica.
- H. Ayuntamiento de San Marcos**, (2023), “Directorio”, *sanmarcos.guerrero.gob.mx*. Disponible en: <http://sanmarcos.guerrero.gob.mx/directorio/> [15/07/2023].
- IEPC**, (2022), “Relativo a la aprobación de la demarcación territorial de los distritos electorales uninominales locales en que se divide el estado de Guerrero y sus respectivas cabeceras distritales derivado de la distritación electoral nacional 2021-2023”. Informe 113/SO/15-12-2022. Instituto Electoral y de Participación Ciudadana del estado de Guerrero
- INEGI**, (2020b), “Principales resultados por localidad (ITER) 2020”, *inegi.org.mx*. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/scitel/Default?ev=9> [15/07/2023].
- INEGI**, (2023), “Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE)”, *inegi.org.mx*. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/> [08/07/2023].
- INEGI**, (2009), *Prontuario de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos: San Marcos, Guerrero*. México. INEGI.
- INEGI**, (2020a), *Panorama sociodemográfico de Guerrero: Censo de Población y Vivienda 2020*. México. INEGI.
- Naciones Unidas**, 2019, “Pacto Mundial para la Migración Segura, Ordenada y Regular”. Resolución aprobada el 19 de diciembre de 2018, *un.org*. Disponible en: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N18/452/03/PDF/N1845203.pdf?OpenElement> [30/06/2023].

- Palomino V., B.; Gasca Z., J. y López P., G.,** (2016). "El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas". *El Periplo Sustentable*, (30), 6-37.
- Rodríguez, G. S.,** "Conoce la versión original del Proyecto de Desarrollo Turístico San Marcos". 02 de diciembre. Disponible en: <https://www.facebook.com/silvio.rodriguezgarcia1/videos/1006200153331218> [30/06/2023].
- Sánchez G., G de las N.,** (2003), *Técnicas participativas para la planeación (procesos breves de intervención)*. México. Fundación ICA.
- SECTUR,** (2023), Glosario, datatur.sectur.gob.mx. Disponible en: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#:~:text=%E2%80%8BLa%20OMT%20lo%20define,experiencias%20docentes%20y%20de%20salud%22>. [20/07/2023].
- SECTUR,** (s.e), *Fascículo 8: Identificación de Potencialidades Turísticas en Regiones y Municipios*. Serie de Documentos Técnicos en Competitividad. México. Secretaria de Turismo.
- UNWTO,** (2023), "Desarrollo de productos", unwto.org. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20definici%C3%B3n%20de%20la,de%20inter%C3%A9s%20que%20representa%20la> [20/07/2023].
- Villerías S., S., et al,** (2016), "El agotamiento de los recursos pesqueros y la emigración: el caso de la laguna de Tecamate, Guerrero, México". *CIBA Revista Iberoamericana de las Ciencias Biológicas y Agropecuarias*. Vol. 5 (10), 70-86.
- Villerías S., S.; Tello A., P. V. y García C., N.,** (2016), "Algunas características ambientales de la Laguna de Tecamate, Guerrero, México". *Tlamati* 7 (1): 11-13.

Factores que inciden en el Desarrollo Turístico y su influencia en el Desarrollo Regional

Mayra Velásquez Casián¹

Rosa María Martínez Jiménez²

Leticia Rodríguez Ocaña³

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo general, evaluar de qué manera inciden las potencialidades turísticas en el desarrollo turístico de la región.

García, A. (2016) concluye que, el estado de Tabasco, tiene una marcada dependencia económica con el sector energético, el cual no ha logrado el desarrollo local, ni la diversificación sectorial deseada, convirtiéndolo en un estado especializado en el sector minero y por consiguiente su capital Villahermosa, perteneciente al municipio de Centro, lo que ha dado como resultado el incremento del desempleo, la creación de empleos temporales y subempleos, aunado a la falta de diversificación económica, son factores que no contribuyen al equilibrio económico de la población.

Sin embargo, dicho municipio posee un patrimonio turístico de relevancia, proveniente de las culturas Olmeca, Zoque y Maya, así como de la época colonial y la moderna, cuyas potencialidades se deben considerar como factores que inciden en el desarrollo turístico de la zona, lo que traerá como consecuencia, un efecto positivo en el desarrollo regional.

Conceptos clave: 1. Desarrollo turístico, 2. desarrollo regional, 3. potencialidades turísticas.

Introducción

La industria del turismo desempeña un papel importante dentro de la economía mundial, actualmente representa el 10% de la actividad económica según la Organización Mundial del Turismo (OMT), siendo Europa el principal receptor y Francia el país más visitado del mundo, seguido de España, Estados Unidos, China e Italia, México ocupa el sexto lugar.

Su desarrollo incide, como lo consideran Navarrete, R, y González, C. (2019), de manera positiva en el progreso de las comunidades, contribuyendo a la protección ambiental y cultural de los pueblos, aumentando los ingresos públicos, al ser generadora de divisas, multiplicador del gasto del turista y promotora en la generación de nuevos empleos.

Lo que ayuda al mejoramiento y mantenimiento de la calidad de vida de los habitantes, con el incremento de las ventas, desarrollo de infraestructura, la mejora del transporte, diversificación de la economía y al mismo tiempo, proporcionando áreas de esparcimiento, recreación, descanso y cultura, para la población.

¹ Licenciado en Turismo, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, amayrvel@hotmail.com

² Doctora en Administración, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, rosimarj@hotmail.com

³ Doctora en Antropología, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, leticia.rodriguez@ujat.mx

De acuerdo con Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), México registró, en octubre de 2022 13.9 por ciento más de turistas internacionales, logrando un incremento de más del 12 por ciento en el ingreso de divisas, lo que representa que al país ingresaron 3.17 millones de turistas extranjeros en el 2022, comparado con los 2.78 millones del mismo lapso del año anterior.

El turismo en Tabasco es sustentable, debido a que fomenta el desarrollo económico y mejora las condiciones de vida y de trabajo de la población local. En el sureste de México, Tabasco ocupa el 3° lugar en operaciones aéreas, ocupando el 1° lugar Cancún y Segunda Mérida. El turismo es ahora la mejor opción para el desarrollo Sustentable tanto para el gobierno estatal como para la iniciativa privada.

Desde los tiempos de la conquista se ha reconocido la riqueza natural de Tabasco, denominado como el “Edén de México y la “esmeralda del sureste”, que comprende importantes cuerpos de agua tales como: ríos, lagunas, grutas, cascadas, paisaje e importantes áreas naturales protegidas, además de su riqueza cultural, heredada de las civilizaciones Olmeca y Maya, donde se encuentran comprendidas las pirámides de Comalcalco, la gastronomía de origen maya y las cabezas colosales de origen Olmeca, lo cual lo hace ser un destino competitivo.

Sin embargo, se puede apreciar que dicho patrimonio no ha sido aprovechado al máximo, teniendo como resultado poca afluencia turística. Según datos de la Secretaría de Turismo se puede identificar que la entidad es uno de los destinos turísticos menos visitados, ya que ocupa la posición 23 de los 24 destinos más visitados con una ocupación hotelera del 42.2%.

A pesar que Tabasco posee grandes e importantes monumentos culturales, que existen en el estado diversos cerros, pequeñas montañas, cenotes y grutas, gastronomía, festividades religiosas y eventos multitudinarios, estos se celebran sin ningún tipo de difusión fuera de la región, aun cuando sus habitantes, han tratado de explotarlos turísticamente, sin éxito, continúan siendo conocidos únicamente a nivel local, dando como resultado el desaprovechamiento de su potencial, explica Vidal (2021).

Extensión

Antecedentes del problema

Para Boullon, R. (2006), “El turismo no es una ciencia ni una industria, con o sin chimeneas, el turismo es la consecuencia de un fenómeno social cuyo punto de partida es la existencia del tiempo libre y el desarrollo de los sistemas de transporte”.

Según Cárdenas, F. (1999), “El turismo consiste en los desplazamientos realizados en el tiempo libre que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos, conformados por un conjunto de actividades, bienes y servicios que se planean, desarrollan, operan y se ofrecen a la sociedad”.

Walton, J. (2012) menciona, que el turismo popular, nace en Inglaterra durante los siglos XVIII y XIX, como resultado de las vacaciones de la clase obrera y la creación de balnearios cercanos a las grandes ciudades, originando así el turismo moderno y

posteriormente el turismo internacional, el cual se basaba en la búsqueda constante de cultura antigua clásica y obras de arte, considerado este último, como exclusivo de la clase aristocrática.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), (2023) lo define, “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios.

Esas personas se denominan viajeros, que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes, y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

La competitividad de un destino turístico es la capacidad del destino de utilizar sus recursos naturales, culturales, humanos, antrópicos y financieros de manera eficiente para desarrollar y ofrecer productos y servicios turísticos de calidad, innovadores, éticos y atractivos, con miras a contribuir a un crecimiento sostenible dentro de su proyecto global y sus objetivos estratégicos, incrementar el valor añadido del sector turístico, mejorar y diversificar sus componentes comerciales y optimizar su atractivo y los beneficios que reporta a los visitantes y a la comunidad local con una perspectiva de sostenibilidad”.

Silva, I. y Sandoval, C. (2003), definen las Vocaciones, como la “Aptitud, capacidad o característica especial que tiene la localidad para su desarrollo, se trata de buscar que es lo que hace especial, propio del lugar, como imagen de marca diferenciada a la localidad para potenciar algunas actividades estratégicas que le permitieran impulsar un proceso de desarrollo específico:

¿La ciudad o territorio, tiene vocación productiva, a partir de la explotación de algunos recursos propios?

¿Tiene vocación turística?

¿Reúne condiciones para ser un centro de servicios?

Las vocaciones se definen a partir de la matriz de potencialidades y limitaciones, entendidas como la aptitud, capacidad o característica especial que tiene el territorio para su desarrollo.

Se reúnen los elementos preliminares necesarios para formarse una idea general de las potencialidades y obstáculos que la localidad presenta para activar un proceso de desarrollo local. Como resultado del análisis se pueden definir dos o tres grandes vocaciones, alcanzables a mediano plazo y en las que se podría concentrar el proceso de desarrollo local”.

Silva y Sandoval (2003) refieren que “el concepto de base del desarrollo local es la idea de determinar, por un lado, cual es el potencial de recursos con el que se cuenta y que está subutilizado y, por otro lado, cuáles son las necesidades que se requiere satisfacer de las personas, de las comunidades, de las colectividades, de los municipios, y de la sociedad en su conjunto, para lo cual se debe contar con los siguientes aspectos:

Determinar los objetivos estratégicos tomando en cuenta el potencial económico local, analizando los recursos y potencialidades de la zona, así como de las principales carencias y obstáculos que pueden existir para que surjan y se desarrollen actividades económicas.

Crear medios que involucren a todos los agentes económicos en este proceso, se trata en este caso de introducir la dinámica y la estructura del asociativismo (partenariado) y de cooperación en torno a una institución de seguimiento y ayuda a las iniciativas y acciones de desarrollo.

Crear las condiciones generales e infraestructura adecuada para permitir y facilitar el surgimiento de las iniciativas económicas teniendo en cuenta las necesidades detectadas y los objetivos perseguidos, creando así un entorno favorable para las empresas y negocios”.

Garafoli (1992), menciona que “el desarrollo endógeno no significa una "economía cerrada", si no, “la habilidad para innovar a nivel local”.

Albuquerque (2003), concluye que el “Desarrollo local no es sólo desarrollo endógeno, muchas iniciativas de desarrollo local se basan también en el aprovechamiento de oportunidades de dinamismo exógeno. Lo importante es saber “endogeneizar” dichas oportunidades externas dentro de una estrategia de desarrollo decidida localmente.

El desarrollo local no se limita exclusivamente al desarrollo económico local, se trata de un enfoque integrado en el cual deben considerarse igualmente los aspectos ambientales, culturales, sociales, institucionales y de desarrollo humano del ámbito territorial respectivo.

Se precisa, pues, de una eficiente coordinación de los diferentes niveles territoriales de las administraciones públicas y de un contexto integrado coherente de las diferentes políticas de desarrollo entre esos niveles. Las decisiones de “arriba-abajo” son también importantes para el enfoque del desarrollo local”. incorporar también todo lo que tiene que ver con la infraestructura social que debe ofrecer el municipio”.

Boullon, (2006), define que “para la teoría del desarrollo regional, la homogeneidad se refiere a semejanzas de indicadores económicos, aunque la expresión física de los elementos medidos carezca de continuidad espacial. Al considerar la tendencia de los bienes y servicios a concentrarse en algunos conglomerados urbanos y la capacidad de éstos para extender su influencia más allá de los límites urbanos hasta una parte del espacio rural que los rodea, aparece otra cualidad de las regiones, que es su polarización”.

Planteamiento del Problema

El estado de Tabasco, tiene una marcada dependencia económica con el sector energético de acuerdo, con García (2016). Por lo que no ha logrado el desarrollo local, ni la diversificación sectorial esperada, convirtiéndolo en un estado especializado en el sector minero, lo que ha dado como resultado el incremento del desempleo, la creación de empleos temporales y subempleos, aunado a la falta de diversificación económica, son factores que contribuyen al desequilibrio económico de la población.

Sin embargo, posee además, un patrimonio turístico de gran relevancia, conformado por ríos, lagunas, cascadas, selva, playa, pozos de aguas curativas, áreas arqueológicas e históricas provenientes de antiguas culturas originarias del estado, como la Olmeca, Zoque y Maya, así como de la época colonial y la moderna, por tal motivo se hace necesario el estudio de las potencialidades de dicho patrimonio, con el fin de identificar los factores que inciden en el desarrollo turístico del municipio del Centro y sus efectos en el desarrollo regional.

Preguntas de Investigación

Pregunta general

¿Cuáles son los factores que inciden en el desarrollo turístico en el municipio de Centro, Tabasco?

Pregunta específica

¿Como inciden las potencialidades turísticas del municipio de Centro, Tabasco en el desarrollo turístico de la región?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Identificar los factores que inciden en el desarrollo turístico del Municipio de Centro, Tabasco.

Objetivo Específico

Evaluar de qué manera inciden las potencialidades turísticas en el desarrollo turístico de la región.

Hipótesis o Supuestos

Hipótesis (Objetivo general)

Existen factores que inciden en el desarrollo turístico en el Municipio de Centro, Tabasco.

Hipótesis (Objetivo específico)

Las potencialidades turísticas del municipio de Centro, inciden positivamente en el desarrollo turístico de la región.

Justificación

La industria del turismo desempeña un papel importante dentro de la economía mundial, actualmente representa el 10% de la actividad económica según la Organización Mundial de Turismo ([OMT]2023), siendo Europa el principal receptor y Francia el país más visitado del mundo, seguido de España, Estados Unidos, China e Italia, México ocupa el sexto lugar.

Su desarrollo incide, como lo consideran Navarrete y González (2019), de manera positiva en el progreso de las comunidades, contribuyendo a la protección ambiental y cultural de los pueblos, aumentando los ingresos públicos, al ser generadora de divisas, multiplicador del gasto del turista y promotora en la generación de nuevos empleos.

Lo que ayuda al mejoramiento y mantenimiento de la calidad de vida de los habitantes, con el incremento de las ventas, desarrollo de infraestructura, la mejora del transporte, diversificación de la economía y al mismo tiempo, proporcionando áreas de esparcimiento, recreación, descanso y cultura, para la población.

De acuerdo con Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), México registró, en octubre de 2022 13.9 por ciento más de turistas internacionales, logrando un incremento

de más del 12 por ciento en el ingreso de divisas, lo que representa que al país ingresaron 3.17 millones de turistas extranjeros en el 2022, comparado con los 2.78 millones del mismo lapso del año anterior.

Limitaciones al Estudio

La obtención de la información para esta investigación queda sujeta, a la disponibilidad y empatía de los diferentes grupos de actores involucrados para la aplicación de las entrevistas y encuestas, la fidelidad y veracidad de los datos, el tiempo considerado para aplicarlas, el tamaño de la muestra y la distancia del lugar donde se encuentra ubicada, la inseguridad y condiciones del clima.

Marco teórico

Para Fortes y Mantovaneli (2009), la adopción del modelo de regionalización requiere nuevos posicionamientos y estrategias de gestión de las políticas públicas; cambios en la relación entre el poder estatal y la sociedad civil, negociación, concertación, planificación y organización social y esfuerzos de acción coordinada entre municipios, estados y países. Comprender el Programa de Regionalización Turística radica en la asimilación del concepto de territorio como espacio y lugar de interacción entre el hombre y el medio ambiente; considerar los activos productivos como estratégicos y los vínculos entre sectores como generadores de productos y servicios que puedan contribuir a la distribución de la riqueza y la inclusión social.

Como parte fundamental del Programa se considera la reducción de las desigualdades sociales y regionales; el equilibrio de la balanza de pagos; la creación de empleo y ocupación; y la generación y distribución del ingreso. La participación ciudadana es de gran importancia en la creación del Programa ya que se fortalece la ciudadanía; favorece el crecimiento social, político, administrativo y tecnológico de un grupo; incrementa las responsabilidades de los actores involucrados en el proceso; y salvaguarda los valores sociales, históricos, étnicos y culturales (MINISTERIO DO TURISMO, 2003).

La planificación institucional no se trata solamente de un conjunto de reglas, principios y criterios (Luchmann, 2002) que sustentan determinadas políticas, o están adscritos a una determinada estructura organizativa, sino también se considera al conjunto de instrumentos y estructuras que se definen dentro de una determinada arquitectura organizativa, este conjunto también se define en términos de orden institucional.

Aunque el enfoque institucional ha sido favorecido en varios estudios en el campo de la ciencia política, se reconoce que las dimensiones particulares de este tipo de enfoque no son posibles. Por tal motivo, se debe considerar la dimensión institucional en su caracterización descriptiva, posibilitando un acercamiento al fenómeno de la regionalización de las políticas de desarrollo turístico, identificando áreas importantes a ser exploradas en una etapa más sistemática de profundidad. La planificación o diseño institucional de una política pública no solo determina su desempeño, sino que también lo califica, como lo señala Avritzer (2008).

Hall y Taylor (2003) presentan tres escuelas fundamentales que pertenecen al movimiento denominado neo-institucional o neo-institucionalismo. En líneas generales, primero se considera el Institucionalismo Histórico, que privilegia la organización institucional de la comunidad política como principal factor estructurador del comportamiento colectivo y sus resultados.

En segundo lugar, se cita el Institucionalismo de la Escuela Racional, que privilegia la idea de que los actores definen sus actitudes fundamentalmente por enfoques utilitarios sobre la realidad y en la satisfacción de sus deseos.

En tercer lugar, está el Institucionalismo Sociológico, que privilegia un enfoque explicativo culturalista y considera un conjunto de formas, procedimientos y símbolos institucionales en la explicación e incorporación de ciertas prácticas en las organizaciones, incluso en las más burocráticas. Al margen de tomar partido por una u otra escuela, los autores apuntan a la contribución que produce la interrelación entre cada una de ellas en sus diferentes contextos.

En un contexto donde el debate sobre el desarrollo (local, regional, nacional o global) prácticamente responde a una agenda más bien técnica y economicista, aunque tenga algunos matices ambientales, el abordaje institucionalista puede aportar buenas contribuciones.

Kerstesnetsky (2001) al abordar justamente la centralidad de la dimensión económica en las sociedades contemporáneas y la importancia de las instituciones humanas en sus procesos de interacción, ofrece un conjunto bastante significativo de autores y trabajos ilustrativos y representativos de este debate. Demuestra, por ejemplo, las potencialidades que surgen de la comprensión del mercado, categoría central en el debate sobre el desarrollo económico como entidad que se expresa no sólo por la acción de los individuos, sino que en realidad es la propia síntesis de los valores, discursos y dinámicas de las instituciones que lo componen. Se trata, por lo tanto, de un ente institucional dotado de una gama plural e interdependiente de instituciones; o de un orden institucional cuyas especificidades allí contenidas trascienden la relación entre los sujetos compradores y vendedores.

El recrudescimiento de los abordajes institucionales evidencia una perspectiva teórica que, si bien es criticada por la amplitud exponencial que abarca en diversos abordajes institucionalistas, también hay que rescatar el rol que desempeña en el establecimiento de políticas. Aspecto que justifica el desarrollo de estudios exploratorios como el que aquí se propone.” Fortes y Mantovaneli (2009).

“La ordenación, planificación y gestión del espacio turístico, con premisas de sustentabilidad ambiental y consenso público-privado, son los instrumentos fundamentales para una adecuada articulación territorial del turismo”. Vaquero y Pascal (2023).

Las probabilidades para que el turismo funja como factor de desarrollo regional de las características que presente la zona en la que se pretenda promover mejores condiciones de vida para su población, considerando que dicho desarrollo tiene que dar origen a mejoras permanentes en la zona considerada, pues no sería lógico hacer esfuerzos para obtener sólo mejoras pasajeras para sus habitantes.

Para lo cual se debe considerar industrias que puedan llevar a cabo sus actividades sin depredar el medio ambiente en el cual deben actuar y que puedan estimular el desarrollo de

otras actividades en la región. Con ese propósito pueden identificarse dos tipos básicos de industrias: las que generan las denominadas Producciones impulsoras, y las que dan origen a las llamadas Producciones inducidas.

Las industrias que generan las Producciones impulsoras, son aquellas que cuentan con capacidad para estimular el crecimiento de las industrias o actividades relacionadas, y que exportan hacia el exterior, o hacia otras regiones del país, bienes y servicios generados en la región en la cual están instaladas. Creando con ello un flujo de dinero hacia la misma proveniente desde el exterior, o desde otros puntos del territorio del propio país, pero siempre desde puntos localizados fuera de ella. Las que dan origen a las Producciones inducidas, por su parte, son las que producen bienes y servicios para el consumo de la propia región, y que dependen de los ingresos que fluyen desde fuera de la misma.

Lógicamente cuando se desea fomentar industrias para potenciar el desarrollo de las zonas menos favorecidas económicamente, para las cuales se quiera mejoras de carácter permanente, las decisiones deben estar orientados hacia la creación de industrias impulsoras en el lugar. Tratando siempre que ello se posible, de estimular aquellas industrias que producen bienes y servicios para mercados localizados fuera de la región, que puedan impulsar fuertemente el desarrollo económico y social de la región, y que en su proceso de producción hagan uso al máximo de la materia prima y mano de obra disponible localmente.

El turismo presenta todas las características de una industria capaz de producir una producción impulsiva, porque no sólo utiliza las materias primas disponibles en ese lugar, que en este caso están representadas por los recursos turísticos, que son la base de los productos que se ofrecen a la venta en el mercado, pero también hace uso de una gran parte de la mano de obra disponible localmente. Sumado a que para utilizar el servicio el turista tiene que viajar hasta el destino donde se encuentra la atracción ofertada, el costo en que incurre una vez que está en ese lugar equivale, de hecho, a la exportación propiamente dicha, ya que es pagar con dinero proveniente del exterior o de cualquier otra parte del país, los servicios que allí se prestan.

El aporte del turismo al desarrollo regional puede llegar a ser muy alto, si en su empleo se cumplen una serie de condiciones las cuales enseguida pasamos a detallar, y ellas son:

- a) Se produce un traslado efectivo de capital desde las zonas económicamente más desarrolladas hacia la región, y dicho capital es utilizado en el desarrollo de la infraestructura y el equipamiento turístico. En otras palabras, en la construcción de hoteles y los servicios complementarios.
- b) Se hace un uso máximo de la mano de obra disponible localmente, no sólo en los servicios turísticos, sino también en toda la industria y en las actividades relacionadas, y no se le sustituye por personal externo a la región.
- c) Los insumos requeridos para el desarrollo de la actividad turística provienen de la propia región o de las zonas adyacentes, y el componente importado en la misma es mínimo.
- d) Los beneficios de explotación obtenidos por los hoteles, empresas prestadoras de los servicios turísticos complementarios, así como en las actividades relacionadas, especialmente el comercio, son reinvertidos en la propia región, y no son “repatriados” o “trasladados” a los centros financieros fuera de la ella para el pago de los intereses de los

inversionistas de los fondos de inversión o de las Cadenas Hoteleras propietarias de las instalaciones, y finalmente,

- e) Se regulan adecuadamente en el lugar los aspectos relacionados con el desarrollo urbano y la prestación de los servicios públicos básicos requeridos por la población de la comunidad local y sus alrededores.

Cuando estas condiciones no se dan en su totalidad los efectos positivos del turismo comienzan a ser menores y, eventualmente, el turismo en vez de factor de desarrollo puede convertirse en un Enclave que lo único que hace es explotar comercialmente los recursos existentes en el lugar, dejando un mínimo beneficio en la región, representado generalmente por la mano de obra utilizada y el consumo de algunos insumos básicos, provenientes normalmente del agro, y llegar a agravar aún más los problemas regionales afectando seriamente a la población local.” Acerenza (2022).

Los aspectos mencionados anteriormente deben ser considerados cuando se desea utilizar el turismo como factor de desarrollo regional, e incluso ayudar a considerar la posibilidad de dar algunos pasos para lograr mayores ventajas regionales en los centros turísticos donde la mayor parte de las habitaciones de su capacidad instalada de alojamiento ya están siendo ofertadas por empresas transnacionales. El éxito del desarrollo turístico regional se mide por el cumplimiento de los objetivos por los cuales se ha desarrollado la actividad.

Marco legal

El artículo 25 Constitucional dispone que al Estado le corresponde la rectoría “del desarrollo nacional para garantizar que éste sea integral y sostenible, fortalezca la soberanía de la Nación y su régimen democrático y que, mediante la competitividad, el fomento del crecimiento económico y el empleo y una más justa distribución del ingreso y la riqueza, permita el pleno ejercicio de la libertad y la dignidad de los individuos, grupos y clases sociales”.

El artículo 2 de la Ley General de Turismo señala que se deberán establecer las bases para la política, planeación y programación de la actividad turística en todo el territorio nacional, bajo criterios de beneficio social, sustentabilidad, competitividad y desarrollo equilibrado de los Estados, Municipios y la Ciudad de México, a corto, mediano y largo plazo.

El Reglamento de la Ley General de Turismo: artículo 23 especifica los objetivos que incluirá el Programa Sectorial, encaminados a transformar al sector turístico y fortalecer esquemas de colaboración y corresponsabilidad; fortalecer las ventajas competitivas; establecer mecanismos para facilitar el financiamiento y la inversión pública y privada, e impulsar la promoción turística para contribuir a la diversificación de mercados.

El 3 de julio de 2020, La Secretaría de Turismo, publica el Decreto por el que se aprueba el Programa Sectorial de Turismo 2020-2024, que en sus objetivos prioritarios considera:

Garantizar un enfoque social y de respeto de los derechos humanos en la actividad turística del país, impulsar el desarrollo equilibrado de los destinos turísticos de México, fortalecer la diversificación de mercados turísticos en los ámbitos nacional e internacional y fomentar el turismo sostenible en el territorio nacional.

El 12 de marzo de 2021, presenta la Secretaría de Turismo Tabasco el Programa de Estímulos para la Reactivación Turística, mediante BOLETÍN/ST/SPT/010/2021.

Programa Sectorial de Desarrollo Turístico 2019-2024 del Comité de Planeación para el Desarrollo del Estado de Tabasco (COPLADET).

Marco Conceptual

Desarrollo turístico:

Sosa, C. (2023) lo define como la planificación de la actividad turística, de manera integral para el beneficio de una comunidad, donde se mezclan el interés por el aspecto económico, aspecto físico, así como el aspecto social, cultural y de impacto ambiental del destino.

Desarrollo Regional:

CEPAL (2023), denomina así al proceso de construcción social del entorno, inducido por la interrelación existente entre las particularidades geofísicas, las decisiones individuales y colectivas de los diversos actores y la labor de las fuerzas económicas, tecnológicas, sociopolíticas, culturales y ambientales en la región.

Según Sanchis, (1999) y Cordero (2018) citado por Flores (2019), el desarrollo regional es un proceso estructurado ubicado en un área geográfica a través del cual se puede lograr el crecimiento y progreso de una sociedad. El turismo, como variable estratégica para el desarrollo regional, tiene una gran capacidad de generación de empleo, además de su gran diversificación, influye en un gran número de sectores productivos como la construcción y obras públicas, los sistemas agroalimentarios, entre otros (Figuerola, 1985).

Potencialidades turísticas:

Mikery, M. y Vázquez, A. (2014), consideran que “para el estudio del potencial turístico, existen dos tendencias principales en su definición, una basada en el enfoque “material” y otra “inmaterial”. La tendencia “material” considera el potencial del turismo como “una suma de recursos naturales y humanos” (Ielenicz y Comănescu, 2006) y la tendencia “inmaterial” propone estudiar el potencial turístico como “suma de condiciones objetivas o subjetivas” o “condiciones básicas para el desarrollo” (Muntele y Iațu, 2006). Este último hace hincapié en el hecho de que el potencial turístico es preliminar y precede a la certeza; como “potencial” o “lo máximo posible a lograr”, y sólo expresa la capacidad de que se produzca. Acorde a esta tendencia, potencial turístico se ha definido como: “la suma de posibilidades de que el ambiente natural y social pone a disposición las actividades turísticas”.

Desarrollo endógeno:

El desarrollo endógeno es la capacidad de adaptación de la economía a nivel local, Silva y Sandoval (2003), definen las Vocaciones, como la aptitud, capacidad o característica especial que tiene la localidad de desarrollarse, saber qué es lo que hace especial al lugar, que pueda utilizarse como imagen de marca diferenciada para crear actividades estratégicas, que impulsen un desarrollo específico. Las vocaciones se definen por la matriz de potencialidades y limitaciones, definidas estas como la aptitud, capacidad o característica especial del territorio para su desarrollo.

Considera Garafoli (1992) que, se debe tomar en cuenta las características de las potencialidades y de los obstáculos de la localidad, para impulsar un proceso de desarrollo local. Considerando dos o tres grandes vocaciones, alcanzables a mediano plazo en las cuales se concentrará el proceso de desarrollo local.

Según Vázquez (1999), citado por Neves (2013), El desarrollo endógeno tiene como objetivo apoyar las políticas de desarrollo local satisfaciendo las necesidades y requerimientos de la población local a través de la participación activa de los actores económicos y sociales, así como de toda la comunidad local, en sus propios procesos de desarrollo productivo, teniendo en cuenta sus aspectos sociales y culturales que inciden en el bienestar de esta sociedad.

Conclusiones

A pesar de que el Municipio de Centro, Tabasco, tiene las potencialidades turísticas necesarias para el desarrollo turístico de la zona y por consecuencia de la región, cuenta además con una riqueza cultural e histórica representadas por sus edificios del centro histórico y en su folclore y artesanías, posee una ubicación estratégica para el comercio y cuenta con una afluencia importante de visitantes de negocios nacionales e internacionales, atraídos por las actividades propias del estado relacionadas con el sector minero y energético, estas aún no han sido aprovechadas para diversificar la economía de la población y generar empleos nuevos, que el sector turístico trae consigo, adicionalmente la creación de áreas de oportunidad en la creación de negocios.

Si bien se ha mejorado la infraestructura de comunicación para acceder a dicho estado, esto no ha sido suficiente ya que carece de conectividad porque depende de una sola vía de acceso que es la autopista Coatzacoalcos-Villahermosa, lo que comunica al estado con la zona sur del país, la carretera Panamericana con el resto del país y el Océano Pacífico, la otra vía de acceso comunica al estado con el Caribe, aunado a que no se cuenta con oferta de vuelos para promocionar el municipio como un destino turístico, debido a que se ha considerado como turismo de negocios, lo que encarece el costo de los boletos aéreos, trayendo como consecuencia que el turismo nacional prefiera viajar hacia otros puntos del país que consideran más atractivos.

Aunado a lo anterior no se cuenta con promoción turística tanto local como en el resto del país, a pesar que se cuenta con una estructura hotelera y de servicios de calidad, el tiempo de estancia de los turistas es muy corta, esto es resultado de la poca actividad turística del municipio y la falta de capacitación en el área de servicio al cliente, tanto en los establecimientos que son prestadores de servicios como de la población en general, la cual

no cuenta con la suficiente cultura turística ni de servicio hacia el turismo, por no considerar que se tiene un municipio con potencial para el desarrollo de dicha actividad, ya que la actividad del estado y por consiguiente el municipio de Centro está especializada en la actividad minera y energética y las actividades inherentes a ella.

Metodología

Tipo de estudio

El presente trabajo se desarrollará utilizando el enfoque metodológico mixto, considerando que es el que más se adapta a las características y necesidades de la investigación la cual no es generalizable, es inductiva e interpretativa.

Diseño Metodológico

El estudio será de tipo descriptivo, en el cual se medirán y describirán las características particulares del objeto de estudio, es transversal, ya que se realizará en una sola ocasión, no experimental, debido a que se observará y analizará el objeto de estudio, sin manipular las variables de investigación, tal como refieren Hernández, Fernández-Collado y Baptista (2023).

Para la obtención de la información se utilizará las herramientas de recolección de la información como son:

Entrevista: Recolectar información de datos mediante entrevistas con personas clave de los diferentes grupos de actores del sector privado, sector público y población en general y turistas.

Análisis de documentos: Consulta de libros, revistas, periódicos, registros, archivos e internet, así como elaboración de fichas técnicas.

Observación.- Contacto directo del investigador con la realidad, realizar visitas programadas a las zonas de potencialidad turística del municipio del Centro, Tabasco.

Elaboración de Matriz de Potencialidades, Limitaciones y Problemas (CEPAL).

Sujetos en el Estudio o Caracterización del Caso bajo estudio.

Para el presente estudio, se realizarán entrevistas y encuestas a personas clave de los diferentes grupos de actores.

Sector Privado: hoteleros, restauranteros, agencias de viajes, arrendadoras de autos, negocios locales de alimentos y bebidas y ventas de artesanías, empresarios del sector turístico, etc.

Sector Público: SECTUR, OCV's, IFAT, INAH, Secretaría de Cultura.

Muestra: Población en general y turistas.

Lugar: Municipio de Centro, Tabasco.

Periodo: 2023-2024

Modelo Teórico

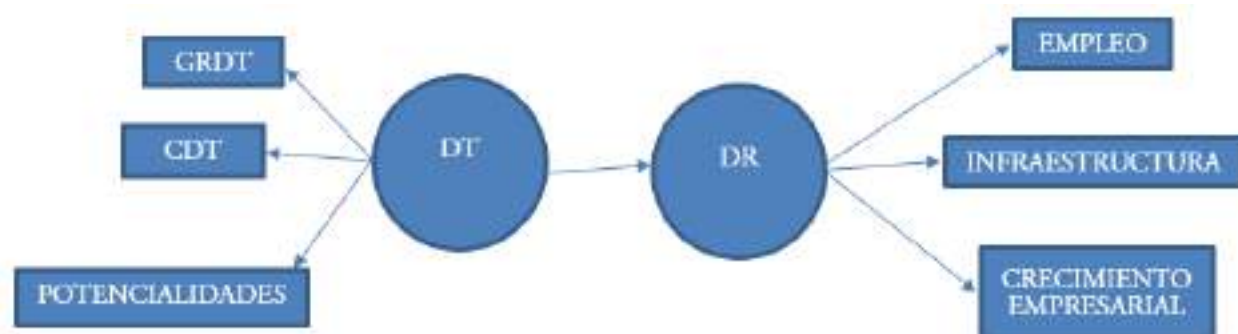
Variables del estudio:

F= Factores

DT= Desarrollo turístico

DR= Desarrollo regional

PT= Potencialidades turísticas

Apoyos gr
áficos**Matriz de potencialidades, limitaciones y problemas cepal**

Área temática	Potencialidades	Limitaciones	Problemas
Área económica Sector energético y comercial	Alta afluencia de personas relacionadas al sector energético, turismo de negocios	El tiempo de permanencia en el municipio es bajo. Falta de desarrollo turístico	Inseguridad, falta de capacitación en la atención y servicio al cliente
Sistema físico-natural (ubicación geográfica)	Localizado al sureste de la República Mexicana cuenta con ubicación estratégica para el transito comercial, turístico y productivo	Riesgos climáticos en temporada de verano por lluvias intensas y riesgo de inundaciones.	Malas condiciones del sistema hidráulico, carreteras en malas condiciones, mala planificación vial.
Demografía y mercado de trabajo (población)	Cuenta con una población económicamente activa joven	La población económicamente activa es dispersa y flotante	Altas tasas de desempleo, desplazamiento a otras ciudades.
Infraestructura (comunicaciones)	Políticas de ampliación y mejora de vías de acceso como autopistas, y vialidad interna del municipio, cuenta con aeropuerto internacional, se cuenta con infraestructura hotelera de 5 estrellas y restaurantes.	Con la baja permanencia se han visto afectados en su ocupación y por consiguiente han llegado al cierre de algunos establecimientos	La alta tasa de desempleo no permite que la población local tenga acceso a estos servicios, limitándose a la población foránea.

Aspectos institucionales	Existencia de plan nacional y estatal de desarrollo turístico, se trabaja en conjunto con la universidad Juárez autónoma de tabasco	Bajo nivel de consenso en los planes, están enfocados al desarrollo turístico de una región distante al municipio de centro relacionada al tren maya.	Las instituciones involucradas, no trabajan en conjunto si no de manera independiente
Recursos socioculturales	Se cuenta con vestigios de la cultura olmeca, zoque, maya, de la época de la colonización y moderna, así como folclore y patrimonio turístico.	La población ha perdido o no tiene manifestaciones de su cultura.	Poca identidad cultural y poco interés por preservarla.

Fuente: Elaboración propia

Geolocalización

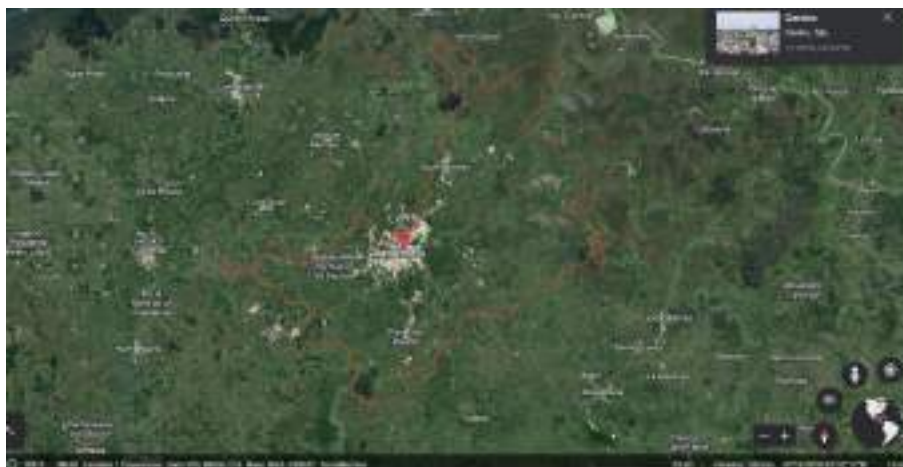
El estado de Tabasco cuenta con una superficie de 24,731 km². Se localiza en el sureste del país. La temperatura máxima promedio es de 36°C y se presenta en el mes de mayo. Las zonas cálidas (de 22°C a más) ocupan el 100% del territorio estatal, y una precipitación anual promedio de 2,550 mm¹, posee el 53% de agua de todo el país. Ocupa el primer lugar en producción de cacao y ganadería; y el segundo lugar en producción de plátano.

La población total es de 2,402,598 personas, de las cuales el 51.1% son mujeres y el 48.9% hombres, según el Censo de Población y Vivienda 2020. El 59% se encuentra en áreas urbanas. Los sectores estratégicos en el estado de Tabasco son: agroindustrial, minería, turismo, servicios de apoyo a los negocios y energías renovables.

Villahermosa es la capital y ciudad más poblada, así como la cabecera del municipio de Centro. Según el último censo del INEGI, la ciudad contó en 2020 con 340, 060 habitantes, mientras que la zona metropolitana de Villahermosa agrupó un total de 833, 907 habitantes, siendo la tercera conurbación más poblada del sureste de México.



Fuente: INEGI Google Maps



Fuente: INEGI Google Maps



Fuente: INEGI Google Maps

Referencias

- Acerenza, M.** (2022), Empleo del turismo como factor de desarrollo regional, el periódico del turismo, boletín turístico <https://www.elperiodicodelturismo.com/turismo/1491-empleo-del-turismo-como-factor-de-desarrollo-regional>
- Alburquerque, F.** (2003), Teoría y práctica del enfoque del desarrollo local, Instituto de Economía y Geografía Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- Boullon, R.** (2006), Planificación del espacio turístico, edit., Trillas.
- Cárdenas, F.** (1999), TuryDes, disponible en: https://www.eumed.net/rev/turydes/12/mbc2.html#_ftnref3 (08 de junio de 2023).
- CEPAL** (2023), disponible en: <https://www.cepal.org/es/subtemas/desarrollo-territorial> 12 de junio de 2023.
- Dávila, E., Kessel, G., Levy, S.** (2002) economía mexicana NUEVA ÉPOCA volumen XI, número 2, México, segundo semestre de 2002.

- Flores, N.** (2019), Desarrollo regional: motivo de participación en proyectos de turismo gastronómico. El caso de San Pablo Villa de Mitla, Oaxaca, Estudios Sociales revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional, disponible en https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2395-91692019000100130
- Fortes, S., Mantovaneli, O.** (2009), Desarrollo regional y turismo en Brasil Políticas en el Valle Europeo, disponible en http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322009000600002
- García, A.** (2016), estado de Tabasco: población, estructura económica, petróleo y opciones de reconfiguración territorial, disponible en: <https://ru.iiiec.unam.mx/3844/1/216-Garc%C3%ADa%20De%20Le%C3%B3n.pdf> 10 de junio de 2023.
- INEGI,** (2020), disponible en: <https://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/tab/poblacion> 12 de junio de 2023
- Mapa de Tabasco, temperatura y climas** (2023), disponible en: <https://paratodomexico.com/estados-de-mexico/estado-tabasco/clima-tabasco.html> 12 de junio de 2023.
- Mikery, M., Vázquez, A.** (2014), Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural, Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas, disponible en: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-09342014001301729 12 de junio de 2023.
- Navarrete, R., González, C.** (2019), Revista de Economía, El sector turismo y sus eslabonamientos productivos: un análisis con insumo producto y consumo endógeno, disponible en: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2395-87152019000100094 08 de junio 2023.
- Neves, D.** (2013), Modelo de desarrollo local sostenible, El caso del Municipio de San Joao del Rei (Brasil), Universidad Politécnica de Catalunya, pp. 125.
- OMT** (2023), Normas para medir el turismo, disponible en: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos> 09 de junio de 2023.
- Para todo México** (2022), Historia del estado de Tabasco, disponible en: <https://paratodomexico.com/estados-de-mexico/estado-tabasco/historia-tabasco.html> (11 de junio de 2023)
- Silva, I., Sandoval, C.** (2003), Metodología para la Elaboración de Estrategias de Desarrollo Local, Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES), CEPAL
- Sosa, M.** (2023), La planeación del desarrollo turístico como una industria comunitaria Revista Científica "Visión de Futuro", vol. 27, núm. 1, disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/3579/357972230003/357972230003.pdf> 12 de junio 2023.

Paisajes agaveros. Impactos socioambientales a partir de la patrimonialización del territorio, un acercamiento desde el análisis de los Cambios de Cobertura y Uso de Suelo (CCUS)

Alejandro Padilla Carrillo¹

Mariana Betzabeth Pelayo Pérez²

Resumen

La intensificación del turismo ha exacerbado los procesos de patrimonialización de los territorios en diversos espacios del país a partir del nombramiento de los pueblos mágicos.

Estos reconocimientos institucionales representan profundas transformaciones y efectos ambivalentes en los espacios donde se les asigna; por un lado, enaltecen y refuerzan el legado cultural e histórico para preservar y proteger la memoria colectiva de los pueblos, por otro lado, suelen ser fenómenos que exacerban y producen una especie de sincretismo entre rasgos materiales y simbólicos locales en conjunto con ideales mercantiles, valores y ficciones necesarias para la industria del turismo. Sin embargo, la expansión de ambos tiene secuelas en las economías locales y sobre todo en la integridad de los ecosistemas de la región. El objetivo del presente artículo fue identificar los impactos socioambientales en los Paisajes Agaveros de Tequila Jalisco a partir de su nombramiento como Pueblo Mágico y Patrimonio de la Humanidad mediante el análisis de la evolución de los Cambios de Cobertura y Uso de Suelo (CCUS). Los resultados advierten un cúmulo de impactos socioambientales por el cambio de cobertura vegetal, tales como: deforestación, sequías, disminución de selva, contaminación de los suelos, disminución de tierra para cultivo de alimentos que degradan y modifican los servicios ambientales de la región y sobre todo amenazan la seguridad alimentaria y las economías de los pobladores.

Conceptos clave: 1. Impactos socioambientales, 2. Agave, 3. Cambio de uso de suelo

Introducción

La actividad turística ha sido una actividad económica y alternativa de desarrollo en diversos espacios del país, representa la oportunidad de empleos, inversión extranjera directa, el contacto con las dinámicas globales mercantiles y la valoración de los espacios donde se desarrolla esta actividad. Sin embargo, los procesos de expansión turística vienen acompañados de ambivalentes secuelas en la esfera social, política y ambiental.

Mantener la continuidad de la actividad turística ha implicado que determinados bienes materiales e inmateriales se preserven porque son considerados valiosos para la memoria colectiva de las comunidades, el legado histórico, la identidad territorial y sobre todo son la materia prima del mercado turístico a este fenómeno se le llama patrimonialización.

¹ Maestrante del programa de posgrado en Ciencias para el Desarrollo, Sustentabilidad y Turismo, Universidad Autónoma de Nayarit, alex.padd.c@gmail.com

² Doctora en Ciencias de la Sostenibilidad UNAM, Universidad Autónoma de Nayarit, pelayombpp@gmail.com

Actualmente la patrimonialización se vincula a una maquinaria mercadológica que instrumenta el valor de la cultura, el territorio y el patrimonio para hacer de esta triada un potente producto turístico o pueblo mágico, situación que sucede con frecuencia en México para realzar los atributos históricos y culturales de cada localidad mediante su difusión y visita, dicho programa entra en vigor en el 2001, este nombramiento que le da sello de prestigio y exclusividad al pueblo (Equihua et al., 2015).

El nombramiento de un pueblo como "Pueblo Mágico" otorga un sello turístico de excelencia y se percibe como una oportunidad para impulsar el desarrollo económico de la localidad. El problema surge cuando se agudizan los procesos de degradación ambiental a partir de la exacerbación de la actividad turística mediante la patrimonialización o nombramiento de pueblos mágicos que transgrede la capacidad de carga ecológica o simplemente se sale de control la vocación productiva de una región.

Algunos estudios cuestionan si estos programas realmente tiene beneficios para los locales tales como el abandono del sector agrícola por la dependencia del turismo en el estado de Hidalgo (López, 2017) la modificación y artificialización del paisaje para la comodidad del turista en Tequila Jalisco (García y Méndez, 2018); el aumento de residuos sólidos y daños al patrimonio natural, así como disminución en la cantidad y calidad de agua en Cuetzalan del Progreso en Puebla (Jacobo, 2015) y la inequitativa distribución de la riqueza así como, la comercialización de la cultura en Tzintzuntzan, Michoacán (Duarte y Esperón 2017), la institucionalización y control de los recursos económicos para beneficio de una minoría de actores con alta capacidad de influencia y adquisitiva (Clausen y Gyimóthy, 2016; Palafox et al., 2016) la homogeneización en el paisaje para cubrir los criterios establecidos en el programa, así como fenómenos de aculturación y comercialización de la cultura (Valverde, 2013). Bajo este supuesto es necesario entender de qué manera los nombramientos institucionales y la patrimonialización afectan los espacios ecológicos de los lugares.

A partir de lo anterior, el objetivo del presente artículo fue identificar los impactos socioambientales en los Paisajes Agaveros de Tequila Jalisco a partir de su nombramiento como Pueblo Mágico y Patrimonio de la Humanidad mediante el análisis de la evolución de los Cambios de Cobertura y Uso de Suelo (CCUS).

Tequila, Jalisco fue incluido en julio del 2006 dentro del programa del Gobierno Federal llamado Pueblos Mágicos otorgándole así la certificación necesaria que serviría como aval de centro turístico. Ese mismo año el Paisaje Agavero fue nombrado Patrimonio de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en la categoría de Paisaje Cultural (Fernández et al., 2013). También en ese mismo año, la UNESCO declaró al tequila, el Paisaje Agavero y las tradiciones del estado de Jalisco, como el mariachi y la charrería como Patrimonio de la Humanidad en la categoría de "Patrimonio Cultural Inmaterial" formando así parte del imaginario colectivo con el cual el mundo identifica a México (Millán et al. 2016).

Una vez que recibe el nombramiento se evidencia un auge de la actividad turística. Tener una designación por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad tiene un impacto significativo en el turismo y un desarrollo económico local. Este reconocimiento atrajo la atención internacional aumentando así el interés de los turistas por conocer la zona (Jiménez y Señor, 2018). Esta condición ha implicado efectos positivos y negativos, actualmente

Tequila tiene una afluencia de 279.400 turistas al año el 87,36% corresponde a turistas nacionales y 12,64% a internacionales (Gómez et al., 2020). Este fenómeno ha tenido una producción cultural de diversos trabajos como series de trabajos literarios, películas, música, arte y danza, los cuales celebran y manifiestan una forma muy significativa de los vínculos con la cultura mexicana en el estado de Jalisco, cuyo paisaje agavero tiene un significado cultural que va más allá de sus fronteras (Gómez 2009).

El Paisaje Agavero está compuesto por el Agave Azul el cual es el elemento principal para la elaboración del tequila estando estrechamente vinculado a la comercialización de la bebida. Los paisajes agaveros de tequila son muy atractivos, van desde las 86,280 hectáreas que visten el complejo volcánico del pueblo, un hábitat con dominio de bosque templado. Sin duda el agave le da sentido al territorio, forma parte del imaginario colectivo de la bebida mexicana en el mundo. Los cultivos de agave se encuentran en los municipios de la comarca agavera: El Arenal y Amatitán, alojando el yacimiento arqueológico prehispánico conocido como Guachimontones (Cabral, 2015). El incremento del cultivo de agave está asociado con altos beneficios económicos esta condición generó que algunas de las empresas más importantes en generación de bebidas alcohólicas se instalaran aquí entre ellas destacan José Cuervo, El Patrón, Sauza, Kahlúa y El Jimador (Cabral, 2015).

Esta investigación se llevó a cabo mediante información obtenida de las cartas de vegetación y uso de suelo serie III, IV y VII escala 1:25000 (F13D54) (correspondientes a los años 2002, 2007 y 2019) generados por el el Instituto Nacional de Estadística Geográfica e información (INEGI) y se procesó en formato digital con apoyo de herramienta SIG (Sistema de Información Geográfica).

Es importante resaltar que comprender la evolución de los cambios de cobertura y uso de suelo (CCUS) es fundamental a la hora de tomar decisiones sobre la gestión del territorio. Los resultados de este tipo de investigaciones brindan valiosa información para la planificación urbana, la conservación de áreas naturales, la gestión de recursos naturales y la promoción de prácticas sostenibles (Nájera et al. 2010). Del mismo modo. Los CCUS son el resultado de las interacciones entre la actividad humana y el medio natural (Rojas et al. 2019).

Los CCUS son la segunda mayor fuente de emisiones de CO₂ (dióxido de carbono) Esto tiene un gran impacto en el equilibrio climático ya que reduce de manera significativa las reservas de carbono en los ecosistemas terrestres (Rojas et al. 2019, Nájera et al. 2021). El artículo inicia con el despliegue de los recursos teóricos y metodológicos para el análisis de los impactos socioambientales Paisajes Agaveros de Tequila Jalisco a partir de su nombramiento como Pueblo Mágico; enseguida se presentan los resultados; y finalmente, las conclusiones y propuestas.

1. Desarrollo

1.1 Enfoques para el análisis de los impactos socioambientales en los Paisajes Agaveros a partir de la patrimonialización.

La actividad turística ha sido una actividad muy importante en las economías locales por la derrama económica que representa, mientras mejor cuidado y promocionado se encuentre

un lugar, mayor son las posibilidades de captar turistas, recibir inversión pública y privada. La pervivencia de la actividad turística no fuera posible sin la conservación y valorización de los bienes tangibles e intangibles que posibilitan hacer de un lugar un atractivo. Mantener la continuidad de la actividad turística representa que se implementen programas de revalorización, rescate, preservación y formación de personal así como los procesos de patrimonialización.

El patrimonio para Arévalo (2004) lo constituye las formas de vida materiales e inmateriales que poseen un valor importante culturalmente para quienes las usan o las han creado. Actualmente en México predomina una tendencia de asignar y patrimonializar los lugares y los elementos simbólicos de una región a la luz de algunas subjetividades homogeneizadoras y de intereses mercantiles.

Esto es en palabras de Bustos (2004) la incorporación de valores socialmente contruidos que forman parte de los procesos de territorialización en vinculación con la cultura para construir rasgos identitarios. Sin embargo, para Costa (2014) es hablar de una espectacularización de los lugares; condición que está muy vinculada con el *marketing*.

Justo es en el momento que un espacio que ha sido integrado a los procesos de patrimonialización mediante programas nacionales como pueblo mágico cuando se registran excesos y sobre demandas que terminan generando efectos negativos en la esfera ambiental de los espacios tanto por sobrepasar la capacidad de carga ecológica, la alta demanda y contaminación.

Además es importante colocar aquí que el patrimonio de un país está estrechamente vinculado con los modos de vida de las comunidades, siendo estas comunidades rurales con vocación productiva agrícola, ganadera, pesquera cuya materia prima es desarrollarse en espacios ecológicos y determinados ecosistemas, además de que tienen un valor por su constitución mayormente artesanal y una memoria histórica.

Según Equihua el programa de pueblos mágicos a lo largo de su vigencia ha enfrentado problemas de impactos negativos en las localidades, tales como cambios sociales, incremento de demografía, explotación de recursos naturales y humanos, derrama económica y marginación (Equihua et al., 2015).

En este sentido la degradación ambiental no solo puede darse por la alta demanda y el desborde de la capacidad de carga, sino que parte de la función de estos programas como pueblos mágicos, están basados en el ordenamiento, limpieza y homogeneización y reordenamiento a partir de criterios estéticos atractivos para los turistas lo cual implica una modificación en todo momento (Fernández et al., 2013).

1.2 Métodos

La interpretación del paisaje a partir de los CCUS, se llevó se a cabo utilizando la información de las cartas de vegetación y uso de suelo serie III, IV y VII escala 1:25000 (F13D54) (correspondientes a los años 2002, 2007 y 2019) generados por el el Instituto Nacional de Estadística Geográfica e información (INEGI); dichas cartas contienen información sobre la distribución del recurso forestal en Jalisco y Nayarit. (Morelos et al., 2016). Además, se

obtuvo información referida a los municipios de la zona de estudio y delimitación del Paisaje Agavero establecida por la UNESCO (Jalisco, 2016).

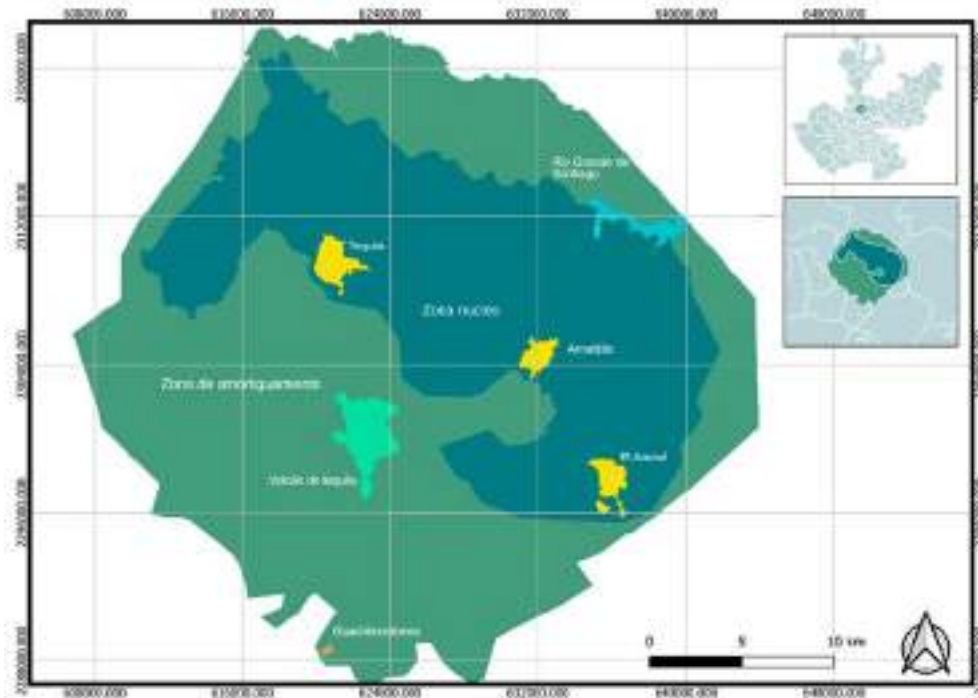
Esta información fue obtenida en formato digital y procesada con apoyo de herramienta SIG (Sistema de Información Geográfica); con ello se delimitaron los 5 municipios que conforman el Paisaje Agavero. Se delimitó el espacio geográfico que incluye la propuesta del Paisaje Agavero establecido por la UNESCO y se describieron los elementos que componen el Paisaje Agavero (Cobertura y Uso Suelo) de las tres fechas y posteriormente se analizaron los cambios entre ellas (Clases de Coberturas y Superficies).

1.3 Área de estudio

El paisaje Agavero de Tequila Jalisco tiene un área 34,648 hectáreas la cual se distribuye en varios municipios, 5 para ser exactos, los cuales incluye a Tequila, Amatitán, El Arenal, Hostotipaquillo, Magdalena y Teuchitlán. También, esta área incluye los valles del volcán de Tequila y el cañón del río Santiago. Además, el Paisaje Agavero tiene un área de amortiguamiento de 51,261 hectáreas (Tequila, 2018).

Al ver estas dimensiones nos damos cuenta de la importancia y extensión del Paisaje Agavero, este no solo se limita a los plantíos de agave, si no que se integran con el entorno natural y cultural. Por otro lado, la ubicación geográfica del Paisaje Agavero se encuentra en las coordenadas 20°51'28.32" de latitud norte y 103°46' 13.02" de longitud oeste (Tequila, 2018).

Mapa 1. Área de estudio



Fuente: Elaboración y cálculos propios con datos de INEGI. Cartas de vegetación y uso de suelo serie III, IV y VII escala 1:25000 (F13D54) (correspondientes a los años 2002, 2007 y 2019)

2. Resultados

Para Vitousek et al. (1997) un cambio en la cobertura vegetal conlleva a la transformación y degradación de servicios ambientales. En consecuencia, es crucial comprender la importancia de los CCUS y sus implicaciones en la emisión de CO₂. Estos conocimientos son fundamentales para abordar el cambio climático y fomentar prácticas sostenibles que minimicen los impactos ambientales.

Ser conscientes de los cambios generados por los CCUS ofrece múltiples beneficios. Por un lado, contribuyen a la caracterización del territorio y ayudan a identificar áreas que requieren atención. Además, esto nos sirve como base para implementar políticas correctivas y crear así planes para un mejor manejo de recursos (Berlanga et al. 2009). Al analizar las emisiones de CO₂ y los patrones de dispersión, es posible identificar áreas donde se concentran altos niveles de contaminación y donde las medidas de mitigación son necesarias.

Ahora bien, como podemos observar, la actividad humana es el mayor responsable de los cambios actuales de la biosfera, dando como resultado, un sin número de áreas forestales convertidas en tierras agrícolas, siendo estas uno de los principales cambios observados a lo largo del tiempo en la gran mayoría de los países (Sepúlveda et al. 2019). A nivel local, la modificación normalmente es provocada por el deterioro y degradación de los suelos, así como cambios en la ecología de la zona y la resistencia de los componentes ambientales. También, cambios en el microclima de la zona y modificaciones en los ciclos hídricos (Nájera et al. 2010).

En una escala regional, estos cambios alteran los ciclos hídricos de las cuencas, los patrones de temperatura retienen el CO₂ de carbono y biodiversidad (Nájera et al. 2010). Ahora hablando a un nivel global, el CCUS se ha reconocido como uno de los factores principales del cambio climático (Rojas et al. 2019). La transformación de los bosques en tierras agrícolas genera una liberación de CO₂ a la atmósfera reduciendo así la capacidad de los ecosistemas para capturar y almacenar carbono (Sepúlveda et al. 2019).

Este problema mundial representa un deterioro de nuestras zonas forestales, desde el año de 1990 al 2020 el área de bosque mundial se redujo en unos 178 millones de hectáreas. Ahora bien, en la década de 1990-2000, esta tasa fue de 7,84 millones de hectáreas por año, disminuyendo a 5,17 millones de hectáreas por año en la década de 2000-2010, y a 4,74 millones de hectáreas por año en la década de 2010-2020 (FAO, 2020). En el caso de México, la tasa de pérdida forestal en la década de 1990 a 2010 fue de 506,000 hectáreas por año. Sin embargo, en la década de 2000-2010, esta tasa se redujo a 224,000 hectáreas por año, lo que representa una disminución de más de la mitad. (FAO, 2020).

Los resultados obtenidos hasta el momento muestran un avance alentador en la implementación de medidas que contribuyan a reducir la deforestación en México. No obstante, es importante señalar que estas medidas parecen tener un alcance limitado, aplicándose únicamente en zonas específicas del país. Un ejemplo preocupante es la situación en Tequila, Jalisco, donde, a pesar de haber observado una disminución en algunas áreas, los números indican todo lo contrario en esta región.

Cuando Tequila Jalisco, fue incluido en el 2006 en el programa de “Pueblos Mágicos” del Gobierno Federal de México, así como, Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO significó un reconocimiento a la riqueza natural de la región (Fernández et al., 2013). Si bien

contar con este nombramiento sirve como una garantía de autenticidad cultural y natural, y como atractivo turístico, así mismo, garantiza la generación de empleos en la industria turística, lo cual impulsa la económica local (Jiménez y Señor, 2018).

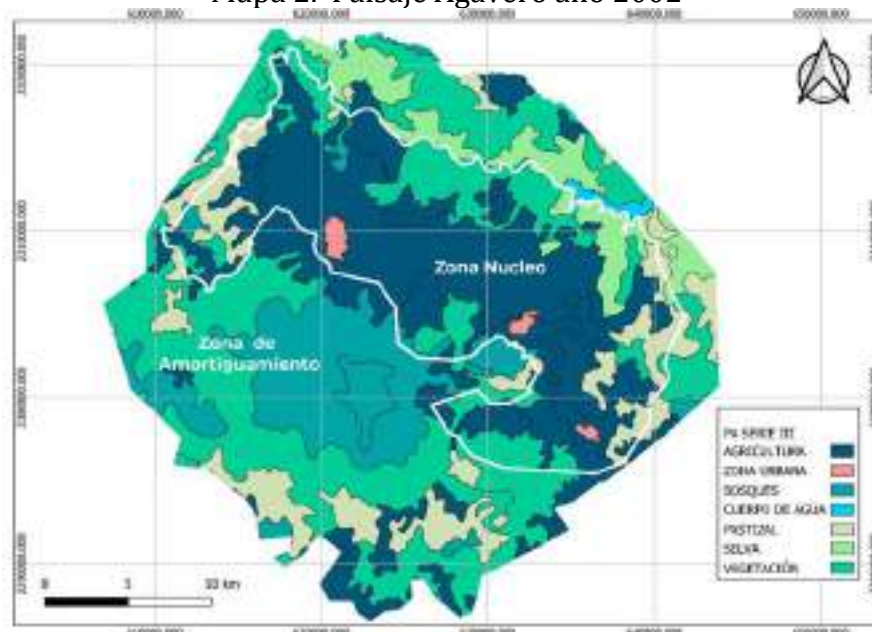
Es pertinente destacar que cada caso es único y existen casos de éxito de protección y gestión bajo este sello. Sin embargo, también es verdad que hay casos en los que la falta de aplicación de las recomendaciones pone en peligro la integridad de las zonas con este nombramiento (Jiménez y Señor, 2018). En el caso del Paisaje Agavero, la expansión de la siembra depende de la demanda y el precio del tequila en el mercado, lo cual amenaza con la eliminación de vegetación natural para dar paso a nuevos cultivos (Millán et al., 2016).

2.1 Interpretación geográfica temporal temprana del Paisaje Agavero

En las siguientes ilustraciones se presenta una comparativa del Paisaje Agavero en tres años: 2002, 2007 y 2019. Estas ilustraciones contienen información sobre la distribución del recurso forestal en el estado de Jalisco. Los mapas indican diversas categorías, entre ellas: agricultura, asentamiento humano, bosque, cuerpo de agua, pastizal, selva y vegetación. Además, nos permiten observar los cambios en la distribución de estos recursos a lo largo del tiempo, brindándonos una perspectiva visual de la transformación del Paisaje Agavero en esa región.

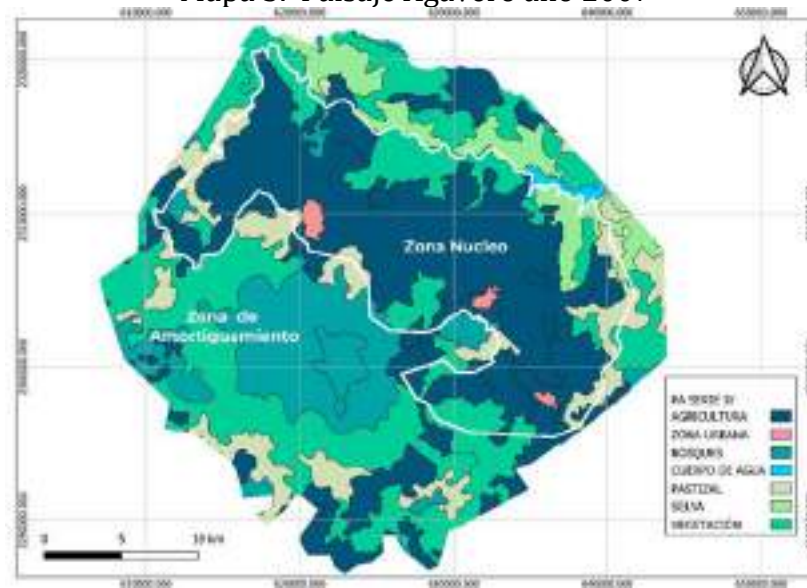
Con tales ilustraciones podemos identificar áreas donde se ha expandido la agricultura, el crecimiento de asentamientos humanos, la conservación de bosques, la presencia de cuerpos de agua, la existencia de pastizales, selvas y vegetación.

Mapa 2. Paisaje Agavero año 2002



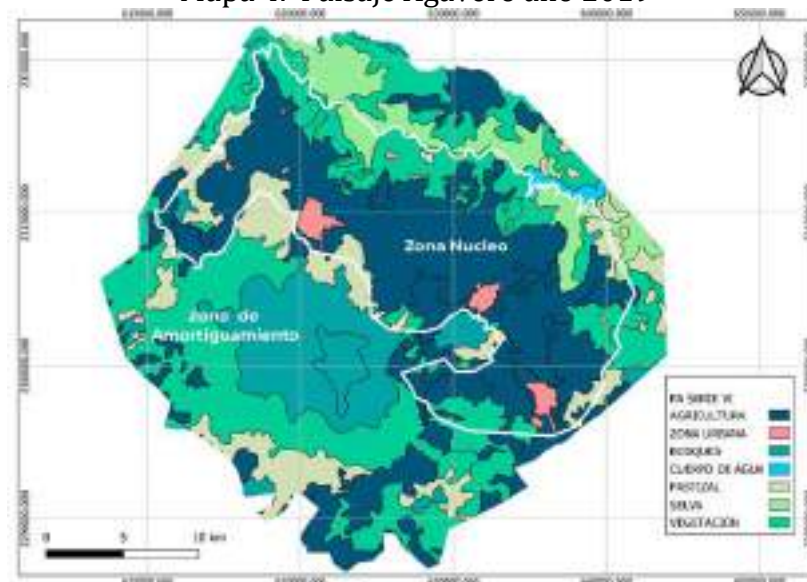
Fuente: Elaboración y cálculos propios con datos de INEGI. Cartas de vegetación y uso de suelo serie III, IV y VII escala 1:25000 (F13D54) (correspondientes a los años 2002, 2007 y 2019).

Mapa 3. Paisaje Agavero año 2007



Fuente: Elaboración y cálculos propios con datos de INEGI. Cartas de vegetación y uso de suelo serie III, IV y VII escala 1:25000 (F13D54) (correspondientes a los años 2002, 2007 y 2019)

Mapa 4. Paisaje Agavero año 2019



Fuente: Elaboración y cálculos propios con datos de INEGI. Cartas de vegetación y uso de suelo serie III, IV y VII escala 1:25000 (F13D54) (correspondientes a los años 2002, 2007 y 2019)

La selección del registro de los mapas de los años 2002 y 2007 fue implementada con el objetivo de comparar cómo era el Paisaje Agavero antes de que fuera reconocido como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO y la ciudad de Tequila obtuviera el título de Pueblo Mágico. Estos eventos representan hitos importantes en la historia y el desarrollo de

la región. Además, la inclusión del año 2019 en la comparativa nos permite tener una visión más cercana a la actualidad del paisaje. De esta manera, al contrastar los mapas de los años 2002, 2007 y 2019, podremos tener una mejor comprensión de cómo ha evolucionado el Paisaje Agavero y cómo ha sido influenciado por su designación como Patrimonio de la Humanidad y la obtención del título de Pueblo Mágico.

A continuación, se presentará una tabla que muestra los cambios en el Paisaje Agavero a lo largo de los años, utilizando cifras en hectáreas. Estas tablas nos brindarán una comparativa cuantitativa de los resultados y nos permitirán analizar los cambios en la distribución de las diferentes categorías del paisaje.

Tabla 1. Cambios en el paisaje (cifras en hectáreas)

AÑO	2002	2007		2019	
Agricultura	28181.603	32361.79	↑	30323.49	↓
Zona urbana	506.086	506.15	↑	1159.58	↑
Bosque	12243.499	12004.68	↓	10445.42	↓
Cuerpo de agua	458.01	458.06	↑	506.39	↑
Pastizal	9828.525	8894.37	↓	9656.18	↑
Selva	5541.126	5225.36	↓	5851.31	↑
Vegetación	29556.267	26864.75	↓	34224.09	↑

Fuente: Elaboración propia.

Los datos de la tabla 1 advierten que en el apartado de agricultura hay un aumento significativo de 4,180.187 hectáreas en el periodo analizado. Es posible que este aumento esté relacionado con la popularidad del tequila a nivel mundial, después de que la ciudad de Tequila obtuviera tanto el nombramiento de Pueblo Mágico como el reconocimiento de su Paisaje Agavero como Patrimonio de la Humanidad en el año 2006. Tales nombramientos pueden haber impulsado el interés en la producción de agave y tequila en la región, lo que llevó a un aumento en la superficie dedicada a la agricultura.

Es probable que más agricultores y productores se hayan involucrado en la siembra de agave y la producción de tequila para satisfacer la creciente demanda tanto nacional como internacional. La expansión de la industria del tequila ha estimulado la expansión de la siembra de agave, esto a su vez generó cambios en las actividades agrícolas, una de las consecuencias fue el desplazamiento de la siembra de granos básicos como el maíz sustituyéndola por cultivos de agave, evento que se intensificó desde 1990, así mismo, la actividad ganadera fue desplazada en casi un 50 por ciento (Cárdenas et al. 2008; Núñez 2011). Mediante este fenómeno podemos observar cómo los reconocimientos y las designaciones pueden tener un impacto significativo en el desarrollo y la transformación de una región.

En este caso, el monocultivo del agave implica una serie de secuelas negativas en términos ambientales. En primer lugar las vinculadas al uso de productos fitosanitarios para el control de plagas, las cuales tuvieron un incremento de uso debido a la condición de monocultivo y al uso de clones de una sola planta de agave, lo cual lo hace más susceptible a plagas y enfermedades (Valenzuela 2006; Cárdenas 2008; Núñez 2011). Estos procesos también impactan a la producción de miel, en este sentido, las colmenas se intoxican y dejan

de producir miel (Núñez 2011). Cabe resaltar, que el uso exacerbado de herbicidas también provoca la erosión del suelo porque durante los siete años que un cultivo permanece erosiona cerca del 90 por ciento de la cubierta vegetal lo que comprende vegetación endémica y la fauna silvestre como la disminución de algunas aves y coleópteros (Martínez et al. 2007).

Por otro lado, cabe resaltar que, en el apartado de zona urbana, no se observa un cambio significativo entre los años 2002 y 2007, sólo un ligero aumento de 0.064 hectáreas en 2007. Sin embargo, el verdadero aumento en la zona urbana se registra en el año 2019, donde se puede apreciar un aumento considerable de 653.43 hectáreas, más del doble en comparación con los años anteriores.

Este aumento significativo en la zona urbana puede ser causado por diversos factores, como el crecimiento demográfico, el desarrollo de infraestructuras y la expansión de asentamientos humanos en la región. La designación de Tequila como Pueblo Mágico y la popularidad del tequila a nivel mundial pueden haber contribuido a un mayor interés en la región, lo que a su vez impulsó el crecimiento y desarrollo de la zona urbana, esta situación es un fenómeno que vulnera la zona debido a que puede ocurrir una gentrificación.

En el apartado de bosques podemos ver una continua disminución, a lo largo de los años analizados. En el año 2002, se registraron 12,243.499 hectáreas de bosques, disminuyendo en 238.819 hectáreas en el año 2007, con un total de 12,004.68 hectáreas. Luego, en el año 2019, se observó otra disminución de 1,559.26 hectáreas, resultando en un total de 10,445.42 hectáreas. Es importante mencionar que existe una excesiva explotación de los terrenos y deforestación para la plantación del agave (Millán et al., 2016).

Resalta el aumento constante en la superficie de los cuerpos de agua en el Paisaje Agavero. Entre los años 2002 y 2007, se registró un incremento de 0.5 hectáreas en los cuerpos de agua, y el mayor aumento se observa en el año 2019, con un incremento de 48.33 hectáreas, alcanzando un total de 506.39 hectáreas.

La cuenca donde se encuentra el Paisaje Agavero que tiene una extensión de 104,000 hectáreas y se reconoce como una subcuenca importante en términos económicos debido a la producción de tequila y los cultivos de agave (Cardona y Torres, 2020). Es importante resaltar que los cuerpos de agua en esta región están amenazados por la industria tequilera debido a la generación de aguas residuales provocadas por la vinaza, el cual es un contaminante muy agresivo en términos ecológicos. La vinaza contiene ácidos, minerales y materia orgánica producto de la destilación del tequila y el bagazo que contiene azúcares fermentables, los cuales son muy dañinos para el ambiente debido a que generan un desequilibrio ecológico en los suelos y subsuelos.

Es importante mencionar que en la zona la vizana tiene un tratamiento minúsculo, solo un 50% de ella es tratada antes de ser puesta en los ríos ocasionando daños severos a la flora y la fauna acuática de cuerpos de agua donde se descargan los desechos, dentro de los que destaca el arroyo Atizcoa y otros en los municipios de Arandas, Jesús María, San Ignacio Cerro Gordo y Atotonilco. Cabe resaltar, que estos lugares estaban establecidos alrededor de 40 fábricas de tequila las cuales carecían de procesos de tratamiento a sus aguas residuales (Hernández 2003). Por otro lado, el bagazo que se genera de tal producción también es un contaminante importante según Crespo si este residuo no se maneja bien provoca la

contaminación por lixiviados a los mantos freáticos, riesgos fitosanitarios y esto impacta en la fertilidad de las tierras de cultivo (Crespo, 2011).

Siguiendo con los cambios en el uso de suelo en el apartado de pastizales, se registró una disminución de 934.155 he entre los años 2002 y 2007, con un total de 8,894.37 he en este último año. Sin embargo, hubo un aumento de 761.81 hectáreas en el año 2019, alcanzando un total de 9,656.18 hectáreas.

Ahora bien, los pastizales son una forma de vegetación caracterizada por la predominancia de gramíneas como pastos y zacates. Estos suelen ser abundantes en regiones semiáridas y de clima seco, y son comunes en zonas planas o con una topografía ligeramente ondulada. Los suelos derivados de roca volcánica suelen ser propicios para su crecimiento (INEGI 2020).

En este caso, la disminución inicial de los pastizales entre 2002 y 2007 puede deberse a diversos factores, como la expansión de la agricultura, la urbanización y la transformación del paisaje para otros usos. Estos cambios pueden afectar la disponibilidad de hábitats adecuados para los pastizales y contribuir a su reducción. Por otro lado, el aumento observado en los pastizales en 2019 puede deberse a la restauración de áreas degradadas o la recuperación natural de vegetación.

En el caso de las selvas, se registró una disminución entre los años 2002 y 2007 de 315.8 he, con un total de 5,225.36 he. Sin embargo, en el año 2019, se observó un aumento de 625.95 hectáreas, alcanzando un total de 5,851.31 hectáreas. Ahora bien, la disminución inicial en la extensión de las selvas entre 2002 y 2007 se le puede atribuir a diversas actividades humanas, como la deforestación para la expansión agrícola, la explotación forestal no sostenible y el cambio de uso de la tierra. Pero en el 2019 estas aumentaron, esto puede ser resultado de acciones de conservación y restauración llevadas a cabo en la región.

En el apartado de vegetación, se observa una disminución entre los años 2002 y 2007 de 2,691.517 hectáreas. Sin embargo, en el año 2019 se registra un aumento significativo de 7,359.34 he, alcanzando un total de 34,224.09 he. Cabe destacar que gran parte de esta vegetación es de carácter secundario. Esto significa que se trata de vegetación que ha sido eliminada o alterada por diversos factores, ya sean humanos o naturales. Como resultado, la comunidad vegetal presente en estas áreas es significativamente diferente a la vegetación original (INEGI 2020).

La vegetación secundaria suele surgir después de eventos de deforestación, incendios forestales, actividades agrícolas u otras formas de perturbación. Esto pudo suceder por la condición de sequías que viene en conjunto cuando se deforesta una zona o se genera un cambio de uso de suelo. Aunque el aumento en la extensión de la vegetación en 2019 puede parecer positivo en términos de superficie, es importante considerar la calidad y diversidad de la vegetación presente. Además, generalmente tiene una menor diversidad de especies y puede no cumplir con las mismas funciones ecológicas que la vegetación primaria. También, los procesos de regeneración natural pueden llevar tiempo y pueden requerir de intervenciones humanas para asegurar una recuperación adecuada de los ecosistemas (Rodríguez et al., 2013).

Conclusiones y propuestas

El análisis del Paisaje Agavero revela una serie de cambios significativos en su estructura y uso de la tierra a lo largo del tiempo. El reconocimiento de Tequila como Pueblo Mágico y Patrimonio de la Humanidad ha impulsado el aumento de la superficie agrícola dedicada al cultivo de agave, en respuesta a la creciente demanda nacional e internacional de tequila. Este fenómeno ha llevado a un mayor interés y participación de agricultores y productores en la región. A su vez, el crecimiento urbano ha experimentado un aumento considerable, posiblemente influenciado por los reconocimientos y el auge del tequila. Sin embargo, los bosques han sufrido una disminución constante a lo largo de los años, a pesar de los esfuerzos de conservación asociados con los reconocimientos.

Por otro lado, los cuerpos de agua han sufrido cambios en su calidad por el daño ambiental de los procesos de producción de la industria tequilera, además de un cambio en los patrones hídricos debido a los procesos de deforestación y cambio de uso de suelo. Así mismo, los pastizales han experimentado fluctuaciones, lo cual puede atribuirse a la transformación del paisaje para otros usos y a la restauración de áreas degradadas. Aunque las selvas inicialmente disminuyeron, se observa un aumento en su extensión en años más recientes, posiblemente debido a acciones de conservación y restauración. En general, la vegetación en el Paisaje Agavero ha sufrido una disminución seguida de un incremento significativo, aunque gran parte de ella es de carácter secundario. Estos daños muestran la importancia de implementar prácticas de conservación y manejo sostenible para garantizar la preservación de este valioso paisaje.

Tales modificaciones resaltan la complejidad de las interacciones entre factores económicos, culturales y ambientales en la región, pero sobre todo, señalan la necesidad de observar el fenómeno de la patrimonialización desde una perspectiva de trazabilidad de la actividad económica desde que se extrae la materia prima para el tequila hasta su etapa de tratamiento de desechos, así mismo debemos comprender que la trascendencia socioambiental atraviesa las escalas temporales y espaciales, tal como se observa en los cuerpos de agua, en la calidad de los suelos, y en los cambios del ciclo del agua. Por ello, un programa de la talla de los Pueblos Mágicos y los lugares que son considerados Patrimonio de la Humanidad deben tener un programa en conjunto de uso y manejo sustentable de los recursos naturales.

Es importante resaltar, que los nombramientos de Patrimonio de la Humanidad, como el obtenido por el Paisaje Agavero, tienen como objetivo principal reconocer y preservar sitios de valor cultural, natural o histórico excepcional. Estos nombramientos generalmente deberían tener una responsabilidad adicional en la protección y conservación de los recursos naturales y culturales del sitio.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que tales nombramientos no son una garantía de protección total y de conservación ambiental, debido a que se implementan para el atractivo de un mercado turístico y se suele separar el ambiente de la cultura, debido a que los procesos de protección y valorización del patrimonio frecuentemente están desarticulados de los espacios ecológicos donde se lleva a cabo los nombramientos.

Pese a que estos reconocimientos proporcionan una mayor visibilidad y conciencia sobre la importancia del sitio, no pueden evitar las amenazas y los factores que contribuyen

a la degradación del paisaje, cuando la actividad turística se sale de control por la alta demanda. Lo cual incide en los ecosistemas de la región no sólo en términos ecológicos sino en la vulnerabilidad de los grupos humanos que dependen de los recursos naturales y los servicios ecosistémicos proporcionados por el paisaje.

Por otro lado, deben implementarse acciones que posibiliten la producción pero que concilien con actividades de protección y conservación de los recursos naturales, esto permite que la economía local continúe, pero bajo el cuidado y sostenibilidad de los recursos naturales.

Propuestas

Es importante hacer énfasis a profundidad en la protección y conservación de las zonas que son nombradas pueblos mágicos y patrimonio de la humanidad, de tal manera que el turismo tiene que ser gestionado de manera sostenible para así proteger y preservar la integridad del sitio en cuestión, minimizando así los impactos negativos en medio ambiente y la comunidad local.

Para ello, un lugar que recibió el nombramiento debe ser monitoreado tanto social como ecológicamente, por las instancias ambientales como se mencionó en las primeras páginas de este trabajo; el patrimonio está íntimamente vinculado con los modos de vida y recursos naturales locales, esto significa que se deben preservar en conjunto y no tratarlos de una manera aislada, debido a que el daño ecológico amenaza la integridad alimenticia de un lugar.

Se necesita la implementación de políticas de preservación y conservación del patrimonio natural, y si ya existen se necesita el constante monitoreo de estos espacios ante la abrupta dinámica del turismo de masas. Es urgente regular el uso y gestión de los espacios que se patrimonializan, el caso de Tequila Jalisco es un ejemplo donde el mercado terminó por dominar la región sin ningún tipo de cuidado y protección ambiental.

Referencias

- Anna Fernández, Valverde María, & López Liliana.** (2013). "La magia de los pueblos mágicos". Volumen IV (pp. 1-20) Topofilia.
- Arévalo, J.,** (2004) La tradición, el patrimonio y la identidad. Volumen LX (pp. 925-956) Revista de estudios extremeños.
- Berlanga, C., García, R., López, J., & Ruiz, A.** (2009). Patrones de cambio de coberturas y usos del suelo en la región costa norte de Nayarit (1973-2000). Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM, 1(01), 1-29.
- Cárdenas, O.,** (2008) Causes and consequences of deforestation and land-cover change in rural communities of western Mexico. Tesis doctoral. Wisconsin, University of Wisconsin-Madison.

- Cabralles Barajas, L. F.** (2015). El Paisaje Agavero de Tequila: un modelo claroscuro de gestión del patrimonio cultural. Volumen I (pp. 331-372) Paisaje y Territorio. Articulaciones teóricas y empíricas.
- Clausen, H., y Gyimóthy, S.,** (2016) "Seizing community participation in sustainable development: Pueblos Mágicos of Mexico en Journal of Cleaner Production, Número 111, pp. 318-326, disponible en <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.01.084>
- Crespo, M.,** (2011) "Proceso de compostaje de bagazo de agave tequilero a gran escala y uso de la composta para el cultivo del agave tequilana en contenedor". Tesis doctoral, México, Universidad de Guadalajara.
- Duarte, E. y Esperón, E.,** (2017) "Tzintzuntzan, Michoacán. De imaginarios impuestos, padrinzagos y poder político" en López, L., Valverde, M., y Figueroa, M., (Coords), Pueblos Mágicos. Una visión interdisciplinaria. Volumen I. (pp. 67-86). México, Universidad Autónoma Metropolitana y Universidad Nacional Autónoma de México.
- Equihua Elias, G. C., Messina Fernandez, S. R., & Ramírez Silva, J. P.** (2015). "Los Pueblos Mágicos: una visión crítica sobre su impacto en el desarrollo sustentable del turismo". Volumen VI (pp 1-7) Fuente Nueva Época.
- FAO,** (2020) Evaluación de los recursos forestales mundiales 2020: Informe principal. Roma, disponible en: <https://www.fao.org/3/CA8753ES/CA8753ES.pdf>
- García, A. y Méndez, E.,** (2018) "Tequila, Jalisco. La búsqueda de "lo propio del lugar", en López, L., Valverde, C., y Figueroa, M., (Coords.). Pueblos Mágicos. Una visión interdisciplinaria. Volumen IV. (pp. 27-50). México, Universidad Autónoma Metropolitana y Universidad Nacional Autónoma de México.
- Gómez, I.** (2009). "El plan de manejo para el Paisaje Agavero y las Antiguas Instalaciones Industriales de Tequila" Volumen XXII (pp. 124-141) Apuntes.
- Gómez, K. D.** (2020). Originalidad del tequila como símbolo de identidad mexicana. Percepción del turista-consumidor a partir de su exportación. Volumen VII (pp.59-80) Rivar.
- Hernández, J.,** (2003) "Las vinazas del tequila: nuevos usos, viejas prácticas en el tratamiento de las aguas residuales del tequila en los Altos de Jalisco" en Cuadernos de Los Altos 3, pp.103-118, disponible en <https://regionysociedad.colson.edu.mx:8086/index.php/rys/article/view/406>
- INEGI.** (2020) "México en Cifras". [En línea]. México, disponible en: <https://bit.ly/3ul43eV>
- Jacobo, F.,** (2015) "Cuetzalan del Progreso, Puebla. Un pueblo mágico organizado por sus habitantes" en López, L., Valverde, M., y Figueroa, M., (Coords), Pueblos Mágicos. Una visión interdisciplinaria. Volumen I. (pp. 67-86). México, Universidad Autónoma Metropolitana y Universidad Nacional Autónoma de México.
- Jiménez, C., & Señor, F.** (2018). "Patrimonio cultural inmaterial de la humanidad y turismo" Volumen VI (2), (pp. 349-366). International Journal of Scientific Management and Tourism.

- López, L.,** (2017) "Dolores, Hidalgo, Guanajuato. Mexicanos al grito ¡en aras del turismo!" en López, L., Valverde, M. C. y Figueroa, M. (coords.), *Pueblos Mágicos. Una visión interdisciplinaria. Volumen III.* (pp. 71-96). México, Universidad Autónoma Metropolitana y Universidad Nacional Autónoma de México.
- Martínez Rivera, Luis Manuel, Peter R. W. Gerritsen, Jesús J. Rosales Adame, Arturo Moreno H., Sarahy Contreras M., Arturo Solís M., Luis E. Rivera C., Oscar G. Cárdenas H., Luis I. Íñiguez D., Ramón Cuevas G., Carlos Palomera G., Edith García R., Ángel Aguirre G. y José Luis Olguín L.** 2007. Implicaciones socioambientales de la expansión del cultivo de agave azul (1995-2002) en el municipio de Tonaya, Jalisco, México. En *lo ancestral hay un futuro: del tequila, los mezcales y otros agaves*, editado por P. Colunga-García Marín, A. Larqué, Luis E. Eguiarte y Daniel Zizumbo-Villarreal, 265-286. México: CICY, CONACYT, CONABIO, SEMARNAT, INE.
- Millán, G. y A. Amador,** (2016) "El Paisaje Agavero y la planificación turística sostenible. Un requisito para su permanencia como sitio patrimonio de la humanidad" Volumen XX (pp. 1-32) *Geografía y ciencias sociales*.
- Nájera González, Areli, Carrillo González, Fátima Maciel, Morales Hernández, Julio César, y Nájera González, Oyolsi.,** (2021) "Cambio de cobertura y uso de suelo en la llanura costera asociados a procesos antropogénicos: caso San Blas, Nayarit" en *Madera y bosques* [En Línea]. 27(1), [Consultado el 01 de mayo de 2023] disponible en: <https://doi.org/10.21829/myb.2021.2712104>
- Nájera, O., Bojórquez, J., Cifuentes, J., & Marceleno, S.** (2010) "Cambio de cobertura y uso del suelo en la cuenca del río Mololoa Nayarit" Volumen I (pp. 19-29) *Biociencia*.
- Núñez, A.,** (2011) "La construcción de nichos alternos en el mercado de las bebidas espirituosas en México: los licores de agave de Tonaya sin la protección de la Denominación de Origen Tequila, ni Mezcal. Tesis de maestría. México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Palafox, A., Martínez, M. y Anaya, J.,** (2016) "Nueva ruralidad y sustentabilidad social en el pueblo mágico de Calvillo, Aguascalientes" en *Revista Iberoamericana de Turismo*, 6, pp. 64-8., disponible en <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/2342/1787>
- Rodríguez A., Jiménez E., González MA., Yerena J., Rodríguez G., & Mora A.,** (2013) "Análisis de la vegetación secundaria del matorral espinoso tamaulipeco, México" Volumen LXXXII (pp. 185-191) *Revista internacional de botánica experimental*.
- Rojas Briceño, N. B., Barboza Castillo, E., Maicelo Quintana, J. L., Oliva Cruz, S. M., & Salas López, R.** (2019). "Deforestación en la Amazonía peruana: índices de cambios de cobertura y uso del suelo basado en SIG" Volumen LXXXII (pp. 1-34) *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*.
- Sepúlveda, A., Saavedra, P. y Esse, C.,** (2019) "Análisis de cambio de cobertura y uso de suelo en una subcuenca preandina chilena. Herramienta para la sustentabilidad productiva de un territorio" Volumen IX (pp. 10-25) *Geografía Norte Grande*.

- Tequila.** (2020) "Gobierno del Estado de Jalisco". [En línea]. México, disponible en: <https://www.jalisco.gob.mx/wx/jalisco/municipios/tequila>
- Valenzuela, A.,** (2006) "Agave azul. Historia por venir. En Itinerarios culturales y rutas del patrimonio" en Patrimonio Cultural y Turismo 15, pp. 145-157.
- Valverde, M. C.,** (2013) "La magia de los pueblos ¿atributo o designación?" Volumen IV (pp. 1-24) En Topofilia: Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales.
- Vitousek, P., Harold A., Jane L., y Jerry M.,** (1997) "Human domination of Earth's ecosystems" Volumen CCLXXVII (pp 494-499) in Science, new series.

CAPÍTULO 6

TURISMO COMUNITARIO, ECOTURISMO E INDÍGENA, Y DIMENSIONES CULTURALES DEL DESARROLLO URBANO

Turismo Indígena: Una propuesta de ruta Valles Centrales-Mixes-Sierra Norte

Ricardo Alarcón Alcántara¹

María de Lourdes Vázquez-Arango²

Eric Amín Ramírez-Castillo³

Resumen

Parte importante del desarrollo de las comunidades radica en el hecho de fortalecer los vínculos de los pobladores y resaltar los atractivos que presentan las zonas donde se realizan los proyectos teniendo en cuenta las prácticas solidarias y democráticas del trabajo de sus integrantes.

El interés de comunidades originarias para desarrollar actividades de turismo e involucrarse para su fortalecimiento económico, social, ambiental y cultural pese a las condiciones en las que viven las comunidades donde se pretende desarrollar la propuesta, es una muestra de que aún existiendo cercanía con el Municipio de Oaxaca de Juárez, principal centro de las actividades económicas, se ha carecido de un desarrollo consistente vislumbrando con la propuesta un potencial para su desarrollo.

La investigación analiza la viabilidad de trazar una ruta de turismo indígena en comunidades de San Sebastián Tutla, Tlacolula de Matamoros y San Pablo Villa de Mitla (Valles Centrales); Santa María Tlahuitoltepec, Santa María Yacochi, Totontepec Villa de Morelos (Mixes); y San Ildefonso Villa Alta (Sierra Norte). Estas comunidades se hacen notar por sus atractivos naturales, culturales, gastronómicos y arquitectónicos. En el estudio de campo se identificó que la ruta San Sebastián Tutla-San Ildefonso Villa Alta, cubre una longitud de 160 kilómetros por la carretera federal 179, y conecta al ramal Oaxaca - Yalalag - San Ildefonso Villa Alta; 144 kilómetros (90%) es una carretera pavimentada con asfalto y 16 kilómetros (10%) es terracería.

La logística aplicada para la ruta dura tres días, se especifican tiempos y movimientos desde la salida de la ciudad de Oaxaca, tiempos de recorrido, tiempos de estancia y alimentación en cada lugar y kilometraje entre comunidades. El objetivo de la investigación es analizar las características que se presentan en las comunidades mencionadas para determinar la viabilidad de la ruta turística que permita difundir las riquezas e identidad cultural de la zona.

Conceptos clave: 1. Turismo Indígena, 2. Ruta turística, 3. Identidad cultural.

¹ Doctor en Administración, Universidad Autónoma "Benito Juárez de Oaxaca" rialal2@gmail.com

² Doctora en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico, Universidad Autónoma "Benito Juárez de Oaxaca" vazaran.academic@gmail.com

³ Doctor en Administración, Universidad Autónoma "Benito Juárez de Oaxaca" aminramirez@gmail.com

Introducción

Los aspectos relacionados con las etnias y los aspectos culturales, son un elemento atractivo para la mirada del turista (Urry, 1990). Las comunidades indígenas se han visto involucradas en procesos de turistificación, debido a sus practicas ancestrales (Oehmichen y de la Fuente, 2019). La UNESCO reconoce determinadas practicas culturales que contribuyen al desarrollo del turismo y la resignificación de la identidad étnica e indígena (Oehmichen y de la Fuente, 2019).

Flores y Nava (2016), hacen mención que las comunidades indígenas participan del turismo con la venta de sus productos, artesanías, música y danza, gastronomía y ceremonias. Y esto denota la capacidad de reinventar y producir los destinos turísticos (López y Marín, 2010)

Al turismo indígena se le ha relacionado con diversos tipos de turismo como: etnoturismo, turismo cultural, turismo comunitario, turismo rural, ecoturismo, o turismo alternativo, al presentar características que crean en los visitantes el interés por conocer rasgos específicos de una zona y cultura indígena. (Oehmichen y de la Fuente, 2019).

Dadas las características del estudio, se retoma el concepto de turismo indígena como: aquella actividad en la que las comunidades y pueblos indígenas le ofrecen al visitante la opción de poder compartir sus tradiciones, usos y costumbres, de esta manera es posible revalorar y preservar su cultura, identidad, interacción cotidiana con el medio ambiente de manera sustentable; con ello es posible propiciar un desarrollo integral comunitario consciente, responsable y solidario.(Morales, 2008)

El sector turismo

El turismo es considerado una de las actividades económicas más importantes pese a ello, en México el sector ha estado sujeto a recortes, por ejemplo, en el paquete económico 2020 es uno de los rubros más afectados presentando una importante reducción de aproximadamente 3 mil 751 millones de pesos, equivalente al 42.7% respecto al año anterior. Esta reducción implica en la lógica oficialista un ahorro cuantioso de dinero en actividades que no se consideran prioritarias, poco transparentes e incluso onerosas y hasta corruptas; lo único cierto es que habrá que adaptarse a las nuevas circunstancias donde la creatividad, la innovación, las tecnologías, la disrupción serán determinantes para la transformación y desarrollo del sector.

De acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo 2018-2024 el turismo ocupa un lugar destacado en la agenda política de México; identificándose como uno de los seis sectores económicos prioritarios, así también ocupa un lugar destacado en el Plan Estatal de Desarrollo 2022-2028 en su eje de crecimiento y desarrollo económico a través del desarrollo integral sustentable.

Es importante señalar que la administración pública en México ha determinado estrategias para contribuir a la edificación del sector y posicionar a México como una potencia turística competitiva, de vanguardia y para que este sector sea un pilar para el desarrollo justo y equilibrado entre comunidades y regiones.

La importancia del turismo es tal que su contribución al Producto Interno Bruto de México alcanza el 8.8 por ciento, superior a sectores como la construcción, servicios financieros, fabrica de equipo de transporte, minería y el sector primario. Además, genera 4 millones de empleos directos y tienen un saldo positivo en la balanza del sector superior a los 11 millones de dólares. (Torruco, 2020)

Torruco Marqués señala que en México, la nueva visión del turismo se debe centrar en cinco estrategias específicas: 1. *Consolidar la integración y el desarrollo regional del sureste mexicano, a partir de proyectos de infraestructura de alto impacto*; punto donde es importante la inclusión de la propuesta de ruta turística para el fortalecimiento del sector en Oaxaca y el fortalecimiento del turismo indígena en la región. 2. *Regionalizar destinos con vocación turística en macro regiones que generen un mayor equilibrio*. 3. Aumentar el gasto para ser los mejores, más que los primeros; donde es posible poner en marcha proyectos turísticos apoyados en los pobladores de las regiones para el fortalecimiento de su economía y la exposición de sus saberes. 4. *Conciliar el crecimiento económico con el social, es decir, el turismo como herramienta de integración y reconciliación social que genere condiciones de bienestar para los mexicanos que viven en los destinos y que por muchos años han sido ignorados*; donde es importante la inclusión y la integración de las comunidades para exponer sus fortalezas con base a elementos de sustentabilidad que permitan un adecuado desarrollo y 5. Diversificar los mercados para comercializar y posicionar nuestros destinos y productos turísticos; en el caso particular de Oaxaca se ha centrado la atención en otras comunidades que presentan características muy similares a las de la ruta que se propone realizar.

Es así que la diversidad cultural de Oaxaca permite promocionar el desarrollo turístico como una fuente de ingresos, donde la participación de pueblos y comunidades se hace presente. Los elementos históricos que permean generacionalmente; considerando el patrimonio tangible como monumentos arqueológicos, vasijas, arte rupestre o el patrimonio intangible como las prácticas culturales específicas, danzas, cocina, música, se incorporan para ser parte de los atractivos para locales y turistas. (Oehmichen y de la Fuente, 2019)

Si bien el turismo presenta ventajas que pueden considerarse beneficiosas para las regiones donde se desarrolla, también se hace presente la afectación que trae consigo a las comunidades la turistificación de los destinos; y aunque los prestadores de servicios turísticos desconocen la importancia y diversidad que presenta una nueva Ruta Turística Indígena que en este caso pretende abarcar tres regiones del estado de Oaxaca como lo son Valles Centrales, Mixes y Sierra Norte; es importante analizar que elementos a futuro conlleva la práctica turística en la zona.

Por ello se plantea la siguiente interrogante:

¿La infraestructura que oferta este recorrido puede dar como resultado una nueva Ruta turística Indígena que satisfaga las necesidades del turismo y los pobladores de la región?

Turismo Indígena

Diversos autores destacan los efectos positivos del turismo indígena en América Latina como lo puede ser la socialización, el intercambio cultural y los incentivos para la producción artesanal (Getino, 1991: 123; OMT, 2006); permitiendo desarrollar en comunidades indígenas un mayor respeto, mantenimiento y revitalización de lenguas o tradiciones (Mastny, 2003: 28).

Es posible encontrar buenos ejemplos de turismo indígena como el caso del proyecto Mundo Maya (Morales y Marías, 2007: 131), que es una iniciativa de cooperación turística regional en la que participa México, Guatemala, Belice, El Salvador y Honduras; dentro del proyecto las mujeres fabrican blusas y otros productos con motivos indígenas para los visitantes, así como la producción de maíz y chile; determinando así que el turismo revitaliza a las comunidades indígenas, les da rendimientos económicos y les abre una puerta para mostrar su identidad cultural al mundo.

Determinando otras conceptualizaciones de turismo, se encuentra el turismo étnico definido como el “que se comercializa en términos de costumbres curiosas, típicas de pueblos indígenas y con frecuencia exóticas” (Smith, 1994). Por otro lado, Jafari (2002), Oakes (1999) describe el turismo étnico desde la perspectiva del mercado, como “una forma de turismo en la cual la principal motivación del turista implica un deseo de experimentar e interactuar con las personas de etnias exóticas”. Sin embargo, reconocen que una visión más amplia del término debe incorporar el punto de vista de la oferta, tanto de los proveedores locales como de los intermediarios.

Así también es posible encontrar el concepto de turismo cultural (Blundell, 1995), “donde el atractivo principal es la forma de vida de determina dos grupos humanos, diferenciados por raza, religión, región de procedencia y otras características comunes” (Barretto, 2005:40). Otros autores lo consideran una forma de ecoturismo, debido a los vínculos que existen entre las culturas indígenas y los espacios naturales (Weaver, 2010; Zeppel, 2006). Por lo que el turismo cultural se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico.

Abordando el concepto de turismo indígena Swain (1989: 85) lo define como el “turismo basado en el territorio y la identidad cultural y controlado desde el interior del propio grupo”. Por su parte Morales (2008), hace mención que el turismo indígena se caracteriza por

“promover y fortalecer la sustentabilidad de los servicios ecoturísticos, como instrumentos efectivos para la conservación del patrimonio cultural y ambiental, que forman uno de los cimientos para el desarrollo económico comunitario, mediante el acceso a la información, el fortalecimiento de capacidades y las tecnologías apropiadas, fomentando en todo momento la participación y corresponsable de sus asociados.” (133)

En el turismo indígena la etnicidad indígena (Vermeulen y Govers, 2003), se distingue de tres maneras: a) como una forma de organización social y la diferencia entre grupos; b) como una frontera, generalmente simbólica, entre grupos en contacto, y c) como una adscripción o clasificación de terceros. La etnicidad, como tipo de identificación social, es una creencia compartida y una conciencia de la diferencia, pero también un grupo de interés y una ideología de la ascendencia, sustancia o historia común. (Vermeulen y Govers, 2003:11-12)

“La palabra indígena es una categoría cultural construida social e históricamente. Tiene un origen etimológico en dos palabras latinas: *Inde*, que significa *de allí*, y *gens*, que significa *gente*. Etimológicamente, *indígena* significa *gente de allí*, es decir, el término designa a los originarios de un lugar, es sinónimo de aborígen, nativo u originario. No hay que confundir el concepto indígena con el de indio, que en el caso de América Latina suele tener una connotación peyorativa y despectiva. (Pereiro, 2015).”

Algunas instituciones, entre las que están la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y otros organismos de las Naciones Unidas (ONU) dedicados a la defensa de los derechos humanos, y encuentros globales como la Cumbre Mundial de Rio de Janeiro en 1992 han plasmado en el capítulo 26 de su plan de acción *Agenda 21* un reconocimiento del papel de las comunidades indígenas para preservar la diversidad biológica y la conservación de los ecosistemas en los que viven, debido a sus conocimientos y prácticas tradicionales (Maldonado, 2006) .

La Sector (2004), reconoce entre las actividades a practicar en el segmento turístico las señaladas en la Tabla 1.

Tabla 1. Actividades del Segmento turístico

Actividad	Descripción
Agroturismo	Viajes en las áreas agropecuarias con sociedades campesinas que comparten su idiosincrasia, sus técnicas agrícolas, su entorno natural en conservación, sus manifestaciones culturales y socioproductivas. Representa una alternativa para lograr que el campesino se beneficie con su actividad económica, mediante la combinación de la agricultura y el turismo.
Aprendizaje de dialectos	Aprender el dialecto del lugar visitado, así como sus costumbres y organización social.
Ecoarqueología	Viajes a zonas arqueológicas que implican conocer las relaciones entre el hombre y su medio ambiente en el pasado, partiendo de los restos materiales que ha dejado, y su importancia actual como forma de identidad cultural y conservación ambiental.
Etnoturismo	Viajes relacionados con los pueblos indígenas y su hábitat, con el fin de aprender de su cultura y tradiciones.
Fotografía rural	Captura en imágenes las diferentes manifestaciones culturales y paisajes naturales del ambiente rural.
Preparación y uso de medicina tradicional	Conocer y participar en el rescate de la preparación y el uso de la medicina tradicional.

Talleres artesanales	Elaboración de artesanías en los escenarios y con los procedimientos autóctonos.
Talleres gastronómicos	Aprender, preparar y degustar la variedad culinaria que ofrecen los anfitriones de los lugares visitados.
Vivencias místicas	Conocer y participar en la riqueza de las creencias, leyendas y rituales espirituales de un pueblo, heredados de sus antepasados.

Fuente: Sector (2004)

De igual manera es importante definir los términos de patrimonio cultural tangible e intangible, a fin de ubicar los atractivos de la zona a estudiar, según la Sector (2015):

Patrimonio cultural tangible: Son los elementos materiales de valor monumental, artístico o simbólico elaborados y edificados por los pueblos a través de su historia; estos pueden ser observados, palpados y disfrutados en el momento actual; el concepto abarca todo tipo de objetos muebles e inmuebles que forman parte del acervo del país.

Patrimonio cultural intangible: Refiere a los valores no materiales que forman parte del patrimonio, tales como las técnicas de producción e intercambio, las crónicas y leyendas, los emblemas y las figuras históricas, las fiestas y ceremonias, las representaciones teatrales y musicales, entre otros.

Como toda tendencia, con el transcurrir del tiempo los intereses de los turistas se modifican al igual que su comportamiento y los deseos a satisfacer, Reisinger (2006) determina que los productos turísticos más buscados actualmente son los que se describen a continuación:

Tabla 2. Productos Turísticos más buscados

Producto	Descripción	Característica/ejemplo
Productos basados en la comunidad	Se incluye a las comunidades receptoras de turistas y se protege sus intereses y necesidades, se crean mejores condiciones de vida.	Turismo comunitario.
Productos basados en la cultura	Se añaden elementos de arte como la música, el cine, museos, galerías, conciertos y las tradiciones de las comunidades locales.	La cultura es más importante que el dinero o los bienes materiales.
Productos basados en la ecología	Buscan la preservación y protección de los recursos naturales y las especies animales.	Productos de ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura, enoturismo, etc.
Productos basados en la educación	La mejor inversión es la que se hace en la educación	Motivan a aprender de las experiencias vividas con la ayuda de libros, guías de turistas, turismo idiomático, apreciar animales en su hábitat natural, disfrutar de

		gastronomía típica de la región, etc.
Productos basados en la familia	Generan un acercamiento y lazos más fuertes entre los integrantes de una misma familia	Juegos, deportes, vacaciones en familia y actividades grupales.
Productos basados en la amistad	Impulsan el acercamiento y las relaciones de amistad de larga duración, tanto con personas cercanas como con las comunidades receptoras.	Reforzas lazos sociales
Productos basados en el humanitarismo	Lo más importante es la empatía, comprensión y solidaridad hacia los derechos humanos y el conocimiento que grupos vulnerables como los adultos mayores, las personas con discapacidad y los de escasos recursos también necesitan hacer turismo.	No buscan el beneficio económico y motivan al voluntariado
Productos basados en el amor	Sus valores más sobresalientes son los que tienen que ver con los sentimientos, la ética y la moralidad	Son productos que tienen elementos como poesía, música, arte, romanticismo y nostalgia
Productos basados en la seguridad y protección	Evitar el riesgo para los turistas	Transportación segura, equipo de seguridad personal para actividades de riesgo, una buena descripción y guía de las actividades a realizar, interpretes y seguro de viajero
Productos basados en la espiritualidad	Tienen manifestación en la religión, la paz interior y la búsqueda del propósito de vida.	Incluyen elementos como piedras preciosas, cristales, lectura de cartas de tarot, libros religiosos, retiros espirituales, peregrinaciones, salud, bienestar, spas y viajes a sitios sagrados. Ejemplos son el turismo espiritual y el turismo de salud

Fuente: Con base a información de Reisenger (2006).

Rutas Turísticas

Es importante tener una aproximación del concepto de ruta e itinerario; según la definición de la Real Academia Española según la cual una *ruta* es la “Rota o derrota de viaje/Itinerario

para él/Camino que se toma”; por otro lado, define como *itinerario* a la “Ruta que se sigue para llegar a un lugar”. Al enlazar las palabras se determina que ruta turística es el camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo. Estas rutas pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia sea tangible o intangible. (Rodríguez, 2012)

Es así que la ruta turística, es la vía que sobresale por estar rodeada de lugares que se consideran, por algún motivo, valioso; esperando que los viajeros recorran la ruta turística para conocer sitios de importancia natural, religiosa, cultural; siendo el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística y comprende instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo.

Es con la Carta de Venecia (1965) y la convención de 1972 de la UNESCO, que da inicio la andadura institucional del turismo cultural, definiéndose como “aquellas formas de turismo que tienen por objeto, el conocimiento de monumentos y sitios históricos-artísticos”. (ICOMOS, 1976: 238). Esta primera interpretación pone de manifiesto el reducido campo de actuación que en principio tiene el turismo cultural, omitiendo otras manifestaciones culturales como la gastronomía, las tradiciones, su vestuario, su naturaleza.

En México podemos distinguir diversas rutas según la Secretaría de Turismo (2010), entre las que destacan:

La cultura del vino y el acuario del mundo: Esta ruta está llena de contrastes encontrando desde ciudades cosmopolitas, vida nocturna, actividades ecoturísticas, campos del golf, visitas a las misiones jesuitas, paseos por los viñedos, excursiones y deportes extremos en el desierto, buceo, avistamiento de ballenas y recorridos en lancha por el mar de Cortés; destacando en Ciudades de la Península de Baja California: Tijuana, Puerto Nuevo, Ensenada y los cabos (San José del Cabo y Cabo San Lucas).

Los Tarahumaras milenarios: Incluye recorridos por antiguos pueblos tarahumaras, así como por el estupendo y obligado recorrido en tren por las Barrancas del Cobre, el paseo en tren termina en Los Mochis (Estado de Sinaloa), la tierra de los buenos mariscos, playas doradas y uno de los centros históricos mejor cuidados del país; se destaca en los destinos de Los Mochis, El Fuerte, Bahuichivo/Cerocahui, Barrancas del Cobre, Creel, Ciudad Cuauhtémoc, Chihuahua. (Estado de Chihuahua y Sinaloa).

La magia de las tradiciones y la naturaleza: Se muestra la riqueza cultural y el patrimonio histórico de la región purépecha, así como las hermosas playas de Ixtapa Zihuatanejo, comprende los destinos de Ciudad de México, Morelia, Capula; Tzintzuntzan y sus ruinas, Pátzcuaro, Santa Clara del Cobre, Zirahuén, Tingambato, Uruapan, Ixtapa Zihuatanejo.

La cuna de la Historia y el Romanticismo: El recorrido comprende desde el Bajío mexicano hasta el Estado de Jalisco pasando por algunas ciudades cuyo nombre es estrechamente ligado con la Lucha de Independencia de México, como Querétaro y Guanajuato. También implica la deslumbrante belleza de la Sierra Gorda y de Peña de Bernal, Pueblo Mágico de México. Implica los destinos de la Ciudad de México, Querétaro, Bernal (Pueblo Mágico), Villa Progreso, San Miguel Allende, Guanajuato, Guadalajara, Tlaquepaque y Tequila (Pueblo Mágico).

El arte del Tequila y la Música: Combina la deliciosa gastronomía de la región, el “buen tequila de esta tierra”, la Música del Mariachi con hermosos paisajes conformados por plantaciones de maguey Agave Azul. El recorrido termina en uno de los destinos turísticos más refinados de México: Puerto Vallarta; implica los destinos de Guadalajara, Tequila, Puerto Vallarta.

La Bellezas Huastecas: Es Cuna de la cultura Huasteca, esta magnífica región está conformada por porciones de los estados de Tamaulipas, San Luis Potosí, Querétaro, Hidalgo, Puebla y Veracruz; comprende los destinos de las Sierras de San Martín, Tamazunchale, Nicolás Pérez y del Abratanchipa, Ciudad Valles, Cascadas de Tamasopo, Sótanos de las Guaguas, el Castillo surrealista de Edward James, Valles Tamtok.

Los mil sabores del mole: Esta ruta recorre los estados de Tlaxcala, Puebla y Oaxaca, en los que es posible saborear los aromas y colores del mole, uno de los platillos más representativos de la cocina mexicana. Incluye visitas a los sitios arqueológicos de Monte Albán y Mitla, en el Estado de Oaxaca. Comprende los destinos de Ciudad de México, San Pedro Atocpan, Cacaxtla, Puebla, Oaxaca (Monte Albán y Mitlán), Huatulco y Mazunte.

El misterio y el origen de los Mayas: Recorre los majestuosos vestigios arqueológicos de la Civilización maya; incluye las ciudades coloniales de Campeche y Mérida, y testimonios de la arquitectura de estilo barroco traída por los españoles arquitectura colonial. Comprende los destinos de Villahermosa (La Venta), Palenque, Campeche, Uxmal, Mérida, Chichén Itzá y Cancún.

El México Virreinal: El recorrido incluye las ciudades coloniales relacionadas con la Guerra de Independencia y la Revolución Mexicana. La ruta implica a la Ciudad de México, Santiago Querétaro, San Miguel de Allende, Guanajuato, San Juan de los Lagos, Aguascalientes y Zacatecas.

El encuentro entre la historia y la modernidad: Se encuentra el apasionante pueblo mágico y el contraste con la modernidad; incluye los destinos de Durango, Coahuila, Nuevo León y Sonora, parras de la fuente, Hermosillo, Guaymas y San Carlos.

En el estado de Oaxaca el turismo cultural es una alternativa, lo que ha provocado rutas e itinerarios turístico-culturales, empoderando a las regiones del estado de Oaxaca, siendo estas algunas de las rutas turísticas culturales en el Estado de Oaxaca: La Ruta a Mitla; la Ruta de Ecoturismo Sierra Juárez; la Ruta de Ocotlán; la Ruta del Mezcal; la Ruta Joyas Arquitectónicas de la Mixteca; la Ruta Monte Albán Zaachila; la Ruta Dominica; la Ruta de la Costa.

Rutas Mixes

La Unión Turística Nacional Mixe, lanzó el sábado 28 de mayo, 2016 su proyecto “El Corazón del Pueblo Ayuuk”, con el propósito de impulsar una de las zonas más ricas en identidad, tradiciones y bellezas naturales para impulsarla como un nuevo producto turístico, cultural y espiritual. El colectivo integra a más de 20 microempresarios prestadores de servicios turísticos que se han dado a la tarea de organizarse de manera solidaria, colaborativa y preservando las costumbres de su etnia ancestral.

En el proyecto los principales protagonistas son las comunidades indígenas que asumen las responsabilidades sociales, culturales, económicas y ambientales que tiene el objetivo de respetar y ejecutar esta nueva oferta con la participación de los colectivos comunitarios de San Pedro y San Pablo Ayutla, Tamazulapam del Espíritu Santo, Santa María Tlahuitoltepec, Santa María Huitepec, Totontepec Villa de Morelos, San Miguel Quetzaltepec y que pertenecen a la Unión Turística Nación Mixe.

Metodología

La metodología aplicable en esta investigación es de intervención donde se realiza el análisis global del entorno, es decir, la oferta turística como: alojamiento, gastronomía, actividades complementarias, tareas a desarrollar, análisis de los recursos susceptibles de aprovechamiento turístico, accesibilidad, señalización, nivel de afluencia, nivel de uso. El objetivo es posicionar y desarrollar la Ruta Turística mediante estrategias que efficienten el servicio al cliente con paquetes turísticos atractivos que satisfagan las necesidades y deseos de los turistas por la ruta.

Al desarrollar esta recorrido Turístico Indígena Oaxaca-Mixes-Sierra Norte, se pretende empoderar a los pueblos indígenas a visitar. La viabilidad se determina al hacer uso de las reglas de operatividad como: señalamientos, tipos de accesos y los servicios durante el recorrido, y de esta forma realizar mejoras al recorrido turístico indígena. La factibilidad es posible al contar con la infraestructura de vía de comunicación carretera en un 90% pavimentada, hoteles restaurantes, y lugar atractivos de conocer y recorrer, de igual manera se vislumbra un derrame económico importante para las comunidades.

La investigación se centra en estudiar las tradiciones, costumbres, atractivos naturales, cultura, artesanía, lengua, monumentos históricos, gastronomía, música y la fraternidad entre los Valles Centrales-Mixes-Zapotecas, a través de un recorrido de 160 kilómetros calculado en un tiempo de 3 días, para lograr visitar siete comunidades (Tres de valles Centrales, tres Mixes y una Zapoteca).

Resultados

De acuerdo con la metodología de intervención realizada se muestran los resultados más relevantes realizados en el piloto de ruta turística.

Lugar	San Sebastián Tutla
Atractivo	Monumento a “Benito Juárez” Mural.
Descripción	Este monumento conmemora la terminación del camino Oaxaca-San Pablo Guelatao, que recorriera el Benemérito de las Américas Lic. “Benito Juárez” para la grandeza de México.
Infraestructura	Carretera pavimentada, medios de transporte, señalización, restaurantes y hoteles.

Imagen 1. Monumento a Benito Juárez, Mural



Fuente: Fotografía archivo investigador

Lugar	Tlacolula de Matamoros
Atractivo	Templo; Plaza tradicional y la muerte del abuelo de Gustavo Díaz Ordaz.
Descripción	Fundado por frailes Dominicos es levantado en el siglo XVI, fue reconstruido en el siglo XVII. Ejemplo del Barroco Donde aparte de degustar su gastronomía se puede apreciar el trueque.
Infraestructura	En el año 1891 murió el abuelo del expresidente de la Republica, Carretera Pavimentada señalizada. Hoteles, restaurantes, plaza y medios de comunicación
Localización	28 kilómetros de la ciudad de Oaxaca en un tiempo de 25 minutos.
Lugar	San Pablo Villa de Mitla,Valles centrales
Atractivo	zona arqueológica
Descripción	La palabra Mitla es de origen náhuatl y deriva del vocablo mictlán, que significa "lugar de los muertos" o "Inframundo". En lengua zapoteca el lugar se denomina lyobaa, que significa "lugar de descanso"
Infraestructura	Carretera Pavimentada, señalizada. Hoteles, restaurantes, plaza de artesanías y medios de comunicación
Localización	Entre la ciudad de Oaxaca a San Pablo Villa de Mitla es de 42 kilómetros en un tiempo de 39 minutos.
Lugar	Santa María Tlahuitoltepec, pueblo mixe
Atractivo	Templo religioso, escuelas de música y mercado de artesanías
Descripción	Se caracteriza por sus exquisitas Bandas Filarmónicas como: la Municipal, CECAM, de las Flores, Guadalupe Victoria, de Tejas (Tejas

	Band), de Santa Cruz, de Santa Ana, Femenil “Viento Florido”, Femenil “Ka’ux”.
Infraestructura	Carretera Pavimentada, señalizada.
Localización	Distancia entre la ciudad de Oaxaca y la comunidad es de 129 kilómetros con un recorrido de 2 horas.
Lugar	Santa María Yacochi, primer pueblo mixe
Atractivo	Es el lugar mas alto sobre el nivel del mar de la sierra mixe, su viento y la majestuosidad del Zempoaltepel
Descripción	El viento tiene otro significado muy elemental, pues es el que acarrea la lluvia, el Zempoaltepel que representa las 20 puntos y donde se venera al Rey Condoy
Infraestructura	Carretera Pavimentada, iglesia.
Localización	Se encuentra a una distancia de 132 kilómetros de la Ciudad de Oaxaca, si realiza el recorrido en 2 horas con 15 minutos.
Lugar	Totontepec Villa de Morelos, Pueblo Mixe.
Atractivo	Iglesia del siglo XVI, artesanías, música, gastronomía
Descripción	El lugar presenta elementos que permiten disfrutar la infraestructura arquitectónica y elementos culturales.
Infraestructura	Carreta totalmente pavimentada, hoteles, comedores
Localización	160 kilómetros de distancia de la ciudad de Oaxaca, con un tiempo de 2 horas con 30 minutos
Lugar	San Ildefonso Villa Alta, Oaxaca
Atractivo	Su iglesia Dominica, disfrutar su centro de la comunidad, única trazada geométricamente en 6 niveles
Descripción	El templo fue consumido por la llamas en 1936 su centro es el unico en la rigion con un trazado que permite disfrutarlo
Infraestructura	Tiene 4 accesos, pero nuestra investigación solo contempla uno, el llamado ruta mixe totalmente pavimentada con solo 16 kilómetros de terracería
Localización	La distancia de la Ciudad de Oaxaca a la comunidad es de 140 kilómetros con un tiempo de recorrido de 4 horas.

Las comunidades que se proponen en esta ruta turística no han sido aprovechadas turísticamente, lo que es una oportunidad para desarrollar la primer ruta turística indígena, aprovechando sus hermosos paisajes, clima, flora y fauna que pudiendo ser recorridos en caminatas o en bicicletas.

Es importante mencionar que cada uno de los pueblos que conforman esta ruta turística indígena cuentan con infraestructura que cumple con los requerimientos del turismo tales como: hoteles, restaurantes, mercados indígenas, mercados artesanales, carretera perfectamente pavimentada y señalizada, así como lugares de hechos históricos o representativos de la comunidad.

Las imágenes turísticas que existen en cada una de las comunidades que integran esta ruta turística indígena son variadas, primeramente, tenemos el monumento como conmemoración a la terminación de la carretera que conduce de la ciudad de Oaxaca y a San Pablo Guelatao, donde se describe la vida y obra de Don “Benito Juárez” que se encuentra en las comunidad de San Sebastián Tutla. En la segunda comunidad de nuestra ruta encontramos una iglesia del siglo XVI, una plaza donde convergen las diferentes comunidades que integran este distrito y donde también en estos tiempos podemos observar que sigue existiendo el trueque en sus actos de comercio. La tercer comunidad de nuestra ruta es Mitla donde encontraremos la zona arqueológica que comprende cinco conjuntos de arquitectura monumental: Grupo del Norte; Grupo de las Columnas; Grupo del Adobe o del Calvario; Grupo del Arroyo y Grupo del Sur.

La cuarta comunidad nos adentra a la región mixe, en 1938, se estableció de forma oficial el Distrito Mixe, con el municipio de Zacatepec como sede de las autoridades legales, políticas y agrarias; Santa María Tlahuitoltepec comunidad donde son formados los futuros músicos que han de interpretar las diferentes melodías de la región como son vals, jarabes, marchas o directores de bandas que se integraran en las comunidades Mixes, zapotecas o chinantecas. Continuando con nuestra ruta llegamos a Santa María Yacochi, pueblo que se considera como el primer pueblo Mixe y esta situado en el municipio de Santa María Tlahuitoltepec, se encuentra a 2328 sobre el nivel del mar, el 100% de la población es indígena. Continuando con el recorrido hacia la comunidad de Totontepec de Morelos en el recorrido podemos observar en Zempoaltepetl que significa cerro de 20 puntas, siempre y cuando la nube o neblina nos lo permita, toda esta ruta Mixe es comunicada por la carretera federal 179 y que se encuentra al 100% pavimentada con majestuosos paisajes.

Continuando con el recorrido hacia los pueblos de la Sierra Norte o también conocidos zapotecos llegaremos a la comunidad de San Ildefonso distrito de Villa Alta, para llegar a esta comunidad recorreremos 34 kilómetros de los cuales 16 kilómetros son de terracería y la diferencia es pavimento asfáltico, los 16 kilómetros de terracería atraviesan el cerro de Totontepec donde podemos admirar sus paisajes, su fauna y posiblemente las estaciones del año al encontrar sol, nublados, lluvia y frío, así, como el canto de las diferentes especies de aves. Al llegar a San Ildefonso encontraremos el barrio de Analco donde fueron elaborados los baúles del virreinato y en su mayoría se encuentran en Europa en los principales museos, otros en casas particulares y los menos en México.

El recorrido de la Ruta Turística Indígena esta totalmente comunicado, cuenta con transporte terrestre, con carretera pavimentada, negocios diversos, telefonía y en algunas comunidades internet por lo que esta ruta se considera interesante para su desarrollo y/o implementación y difusión.

En cada producto turísticos identificamos los servicios o paquete de servicios como: Servicios principales, entre los que encontramos Hoteles, restaurantes, Transporte, Plazas Comerciales de ropa típica y artesanías; Servicios auxiliares siendo lavandería, internet, comida típica, comida tradicional, autobús, urban, taxis, ropa típica, artesanía, caminatas.

El producto propuesto se dirige al turismo que guste del medio ambiente, de montañas, de la flora que pueda disfrutar montañas rodeadas de nube o su vegetación.

Considerando los 17 objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU para 2030, un producto o servicio de turismo que no sea sostenible o socialmente responsable no será viable ni competitivo en el entorno actual del turismo, por lo que se deben implementar acciones de buenas prácticas ambientales y sociales que permita añadir valor a la ruta aprovechando la riqueza natural y cultural del destino, como pueden ser los recursos étnicos, costumbres, gastronomía, así como el paisaje.

Con esto datos construiremos una red de espacios comunidades de gestión que permitan la integración a la ruta turística indígena para que el turismo quede entusiasmado de la ruta y una parte de la gestión sean ellos mismos al recomendarla. Es importante aplicar una adecuada comercialización acompañada de Marketing que permita dar a conocer el producto como ruta turística indígena, lo que hoy también se llama el manejo de imagen donde se usan diferentes medios electrónicos como son las redes sociales, sin excluir la coordinación con las agencias de viajes, Secretarías de Turismo y las universidades con especialidades en turismo.

La estacionalidad permite determinar las estrategias de mercado con características inherentes al turismo, el producto turístico se consume generalmente en época de vacaciones sin embargo esta ruta turística indígena por su logística puede ser consumida en cualquier época del año. Ebrahimi (1955) propone tres componentes: 1) Las atracciones del destino, montañosa, 2) Las instalaciones del destino, construidas por el hombre, arqueológicos, atractivos turísticos y 3) La accesibilidad del destino, el transporte escogido por el costo.

Al realizar la intervención fue posible constatar que esta ruta cumple con los componentes propuestos por Ebrahimi (1955); además de señalar que para el posicionamiento turístico deben existir cinco características para el servicio como: 1) La heterogeneidad, que define que cada experiencia de servicio es única; al no existir en el estado una ruta con las características como la propuesta es viable este punto. 2) La intangibilidad, como aquella característica de esencial significado a la hora de destacarse como un servicio; al estar abordando una ruta turística esta se cumple como lo establece el autor. 3) La inseparabilidad, implica que el servicio se debe adquirir primero para luego producirse, por lo consiguiente en esta ruta indígena esta característica es determinante. 4) La propiedad, se produce hasta que se presta los servicios y se cobra, esto se realiza al momento de la contratación, asesoría y guía de la ruta indígena. 5) La caducidad, un servicio no gozado o prestado es un servicio perdido, lo que nos obliga a no estar en esta característica.

Así también se consideran las estrategias de posicionamiento que son: 1) Calidad en el servicio; 2) Vehículos cómodos; 3) Disfrute en las distancias; 4) La gastronomía; 5) La oportunidad de vivir experiencias únicas; 6) Disfrutar los climas y 7) Que el turismo indígena observe el folklor. La ruta turística indígena esta diseñada para que el turismo disfrute la naturaleza, lo que permite estar direccionada a segmentos variados locales, nacionales o internacionales.

Por lo tanto, las características de esta ruta turística indígena se distinguen por: 1) Ser la primera en su contexto; 2) Tener la cualidad de ser un turismo indígena y 3) No existir una ruta que permita apreciar, sol, aire, cerros, cultura, música, gastronomía de alta calidad.

Conclusiones

La ruta turística indígena da conocer las bellezas o bondades que nos oferta cada una de las comunidades recorridas; siendo esta característica una motivación y un canal de difusión, posicionamiento y estrategia de comercialización; por lo que mantener una correcta imagen del destino; innovación sobre el destino y el valor añadido a los productos y servicios turísticos en coordinación con las comunidades involucradas permitirá generar un beneficio sinérgico a la zona.

Con los resultados obtenidos en el estudio de campo donde se realizó el recorrido turístico para la visita a las comunidades descritas en la investigación, se pudo constatar y/o obtener la información relacionada al kilometraje que existe entre la ciudad de Oaxaca y cada una de las Poblaciones que forman este recorrido turístico, también se tomó el tiempo entre comunidad y comunidad, se corroboró la condición que presenta la infraestructura carretera, infraestructura hotelera y restaurantera, así como sus tradiciones.

La investigación permite concluir que en el futuro se puede desarrollar una Ruta Turística aumentando de 5 a 6 comunidades más que por su importancia, historia, legados históricos, cultura, gastronomía y vegetación, será uno de los elementos más atractivos para el turismo local, nacional e internacional.

Al determinar lo relacionado a los efectos positivos del turismo indígena se constató en campo que las comunidades están dispuestas a socializar y realizar un intercambio cultural, que les motive a la producción artesanal y al desarrollo de su población, bajo las condiciones de respeto, mantenimiento y revitalización de su lengua y tradiciones según lo estipula Mastny (2003: 28).

Se cumple el objetivo de la investigación que es analizar las características que se presentan en las comunidades mencionadas para determinar la viabilidad de la ruta turística que permita difundir las riquezas e identidad cultural de la zona; con la intervención es posible determinar a través de un diario de investigación y entrevista a personas locales que si desean realizar una mayor difusión de su localidad.

En lo que respecta a la pregunta de investigación que señala ¿La infraestructura que oferta este recorrido puede dar como resultado una nueva Ruta turística Indígena que satisfaga las necesidades del turismo y los pobladores de la región?, se obtiene una respuesta favorable y positiva, ya que es un trayecto que cuenta con las condiciones necesarias para llevarse a cabo una ruta favorable y atractiva.

Referencias

- Barretto, M., Dialnet,** (2005) "Turismo étnico y tradiciones inventadas". Memorias de Congreso. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3959027> [27 julio 2022]
- Blundell, V.** (1995) Aboriginal empowerment and souvenir trade in Canada. Canada. Annals of Tourism Research
- Cid Lucero, Víctor Manuel del,** (2011). Glosario de ciencias sociales y pueblos indígenas. s.e., Managua, en línea: <<http://revistatulum.files.wordpress.com/2013/07/glosario-ciencias-sociales-y-pueblos-indigenas.pdf>>.
- Ebrahimi, A.** (1995). Tourism products for socioeconomic development, Iran as a case study. En Sustainable Tourism World Conference. Lanzarote.
- Flores, G. y Nava, F.,** (comp.) 2016. Identidades en venta. Músicas tradicionales y turismo en México. Instituto de Investigaciones sociales, UNAM.
- Getino, Octavio** (1991) Turismo y desarrollo en América Latina. México: Editorial Limusa
- ICOMOS** (1976) Cultural Tourism Charter. <https://www.icomosictc.org/p/1976-icomos-cultural-tourism-charter.html>
- Jafari, Jafar,** (2002) El turismo como disciplina científica. Política y sociedad, vol. 42, núm. 1, pp. 39-56
- López, A., y Marín G.** (2010) Turismo, capitalismo y producción de lo exótico. Una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-39292010000300008
- Maldonado, Carlos** (2006) Turismo y comunidades indígenas. Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta, documento de trabajo, núm. 79, Organización Internacional del Trabajo, Ginebra.
- Mastny, Lisa,** (2003) Ecoturismo. Nuevos caminos para el turismo internacional, Bakeaz, Bilbaoindíg.
- Morales,** (2018). ¿Etnoturismo o turismo indígena? Teoría y Praxis.
- Morales, Guillermo y Daniel, María** (2007) Turismo en comunidades indígenas, en revista Ábaco, núm. 54 pp. 123-133.
- Morales, M.** (2008). ¿Etnoturismo o turismo indígena?. Teoría y Praxis, núm. 5, 2008, pp. 123-136, Universidad de Quintana Roo, Cozumel, México <https://www.redalyc.org/pdf/4561/456145110010.pdf>
- Oakes, T.** (1999). Eating the food of the ancestors: Place, tradition, and tourism in a Chinese frontier river town. Cultural Geographies, 6(2), 123-145.
- Oehmichen, C. y de la Fuente, F.** (2019). Turismo, pueblos indígenas y patrimonio cultural en México y Chile. Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.004>.

OMT (2006). <https://www.unwto.org/es>

Pereiro, X. (2015). Reflexión antropológica sobre el turismo indígena. Desacatos. Scielo.

Plan Estatal de Desarrollo 2022-2028. <http://www.ped.oaxaca.gob.mx/>

Plan Nacional de Desarrollo 2018-2024.

https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5565599

Reisenger, Y. (2006) Shopping in tourism, In D. Buhalis & D. Costa (Eds.), Tourism business frontiers: Consumers, products and industry. Burlington. MA: Elsevier

Rodriguez, M. (2012) Las rutas turísticas como producto turístico. Eumed.

<https://www.eumed.net/libros>

[gratis/2012a/1157/las_rutas_turisticas_como_producto_turistico. html](https://www.eumed.net/libros/gratis/2012a/1157/las_rutas_turisticas_como_producto_turistico.html)

Secretaría de Turismo (2004), Turismo alternativo, una nueva forma de hacer turismo. México: Secretaría de Turismo, serie Turismo Alternativo, fascículo 1. Disponible en http://www.metztitlan.com.mx/_ReservaBiosfera/_Fasciculos/1turismoalternativo.pdf [2007, marzo].

Smith, S. L. J. (1994). The tourism product. Annals of Tourism Research, 21(3), 582-595. [http://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90121-X](http://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90121-X)

Swain, Margaret Byrne. 1989 [1977]. Gender Roles in Indigenous Tourism: Kuna Mola, Kuna Yala, and Cultural Survival. En Host and Guest: The Anthropology of Tourism, edición de Valene L. Smith, 83-104. Filadelfia: University of Pennsylvania Press.

Torruco, Miguel (2020). Estrategia Nacional de Turismo 2019-2024. <https://www.gob.mx/sectur/prensa/estrategia-nacional-de-turismo-2019-2024-tendra-un-sentido-democratico-miguel-torruco>

Urry, John (1990). The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies. Londres y Thousand Oaks: Sage.

Vermeulen, Hans y Cora Govers (orgs.), 2003, Antropologia da Etnicidade. Para Além de Ethnic Groups and Boundaries, Fim de Século, Lisboa

Weaver, David, (2010). Indigenous Tourism Stages and their Implications for Sustainability. Journal of Sustainable Tourism, vol. 18, núm. 1, pp. 43-60

Zeppel, Heather (2006) Indigenous Ecotourism. Sustainable Development and Management, cabi, Wallingford.

El ecoturismo como estrategia para el desarrollo sustentable del municipio de Calakmul, Campeche

Luis Francisco Pérez Sánchez¹

Oscar López Chan²

Luis Antonio Pérez Camargo³

Resumen

El municipio de Calakmul, estado de Campeche, México. Se localiza en la porción sur de dicha entidad federativa y en ella, se encuentra la Reserva de la Biosfera que lleva su nombre y una gran cantidad de sitios arqueológicos de la civilización maya, entre la más importante se encuentra, la zona arqueológica de Calakmul, declarada por la UNESCO “Patrimonio Mundial de la Humanidad”. Por su riqueza natural y cultural, ambos sitios (la Reserva de la Biosfera y la zona arqueológica) fueron declarados por dicho organismo internacional “Patrimonio Mixto de la Humanidad”. La conservación y el aprovechamiento de tales recursos naturales y culturales con fines ecoturísticos, puede convertirse en una estrategia para promover su desarrollo sustentable. Siempre y cuando, las actividades se lleven a cabo se realicen de manera ordenada y planificada.

El presente estudio tiene el objetivo de describir y analizar las características socioeconómicas, sus recursos naturales y culturales y determinar las condiciones que presenta el municipio para impulsar y desarrollar el ecoturismo como estrategia de desarrollo. Dicha actividad permitiría revertir la tendencia histórica de la región sur de la entidad, en donde la riqueza natural y la pobreza de sus habitantes coexisten en una paradójica conjunción. Por otra parte, la presente investigación pretende demostrar las oportunidades y ventajas que ofrece el ecoturismo, debido a que es una de las pocas actividades económicas que permite generar ingresos sin dañar el medio ambiente. Para lograr el desarrollo armónico y equilibrado del municipio de Calakmul, es necesario tomar en cuenta sus ventajas competitivas y comparativas que le permitan aprovechar sustentablemente los recursos que posee. El ecoturismo, representa una oportunidad y alternativa para impulsar su desarrollo, especialmente, debido a las nuevas tendencias de los turistas actuales, quienes buscan conocer sitios naturales y con gran valor histórico y cultural, interactuar con la naturaleza y las culturas locales, asumiendo un compromiso de respeto y conservación de dichos recursos.

Conceptos clave: 1. Turismo, 2. ecoturismo, 3. desarrollo sustentable.

Antecedentes

Por medio natural se puede considerar la tierra, el clima, el agua, la flora y la fauna, pero también a las personas nativas y sus condiciones sociales, económicas y culturales (Stanley,

¹ Profesor Investigador de Tiempo Completo de la Facultad de Ciencias Sociales. Universidad Autónoma de Campeche. lufperez@uacam.mx

² Profesor Investigador de Tiempo Completo de la Facultad de Ciencias Sociales. Universidad Autónoma de Campeche. oalopezc@uacam.mx

³ Maestro en Administración y Finanzas. Becario de la Fundación Pablo García del Gobierno del Estado de Campeche. luisjr_001@hotmail.com

2006). El ecoturismo, comprende las actividades que se realizan con fines turísticos basados en el uso de los elementos naturales como los que se citan en el presente trabajo y hace hincapié, en que los seres humanos debemos tratar a la naturaleza con el mayor cuidado y respeto posible para beneficio y disfrute de las generaciones presentes y futuras. El desarrollo del ecoturismo ha permitido la generación de empleos, la demanda de productos locales, la creación de infraestructura turística y comunicacional. El turismo de naturaleza y el ecoturismo son conceptos que guardan similitudes, por ejemplo, ambos comparten su interés por la conservación de las áreas naturales poco intervenidos por el hombre (Santiago, 2018).

Los antecedentes del ecoturismo, se encuentran sustentados en la “Declaratoria sobre Medio Ambiente” de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en 1974, el Informe Brundtland en 1987, la Conferencia sobre Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible (Cumbre de la Tierra) en Río de Janeiro, Brasil en 1992, la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible de Johannesburgo, Sudáfrica en 2002 y la Agenda para el Desarrollo 2030. Estos pronunciamientos internacionales propiciaron que los países firmantes asumieran el compromiso de promover la conservación y protección del medio ambiente, así como la instrumentación de políticas públicas que promuevan el desarrollo sustentable (Acerenza, 2006).

Aunque cabe señalar que su masificación, puede poner en riesgo los recursos naturales existentes, como ocurrió en Tahití en 1960 que pasó de ser un paraíso natural casi virgen a un lugar visitado por cerca de 15 mil turistas al año provocando serios desequilibrios ecológicos, la degradación y contaminación del medio ambiente. El turismo y el medio natural, pueden coexistir y tener una relación simbiótica, siempre y cuando estos no se ponga en riesgo. Desde la perspectiva conservacionista, el medio natural se debe mantener intacto tanto como sea posible, para que pueda ser disfrutados por los turistas en su estado más natural posible y evitar lo que ha ocurrido en países del continente africano, ha visto reducir sus selvas y recursos faunísticos como consecuencia de la explotación desmedida; la cacería furtiva, deportiva y comercial. Otro ejemplo de la anterior, es lo que ha ocurrido en países del mediterráneo que enfrentan serios problemas de contaminación de sus mares y litorales que afectan el turismo de sol y playa.

La creación de reservas y parques naturales protegidos, han permitido y facilitado el desarrollo del ecoturismo mediante la creación y operación de oficinas de turismo locales, de hospedaje, servicios de alimentos y bebidas, de transporte, comercio de artesanías y productos locales. Así como la oferta de actividades recreativas y culturales (excursiones, visitas guiadas y campamentos en sitios naturales y arqueológicos), de tal manera que los turistas puedan disfrutar y contemplar la naturaleza, la vida salvaje, la vegetación, la fauna, los sitios arqueológicos, históricos y culturales, como lo han implementado Tanzania, el Congo, Zimbabue y Sudáfrica, que han aplicado políticas conservacionistas y el ecoturismo en tales espacios.

En el continente americano, países como EE.UU., México, Costa Rica, Brasil, Venezuela, Panamá, Argentina, Chile, República Dominicana, etc., también han creado parques naturales con dicho propósito. En Suiza, el turismo de montaña durante el invierno era poco conocido y concurrido, hasta que surgieron los tranvías que facilitó el transporte hacia los centros vacacionales de alpinismo, actividad que ha venido creciendo durante las últimas décadas.

Lo mismo ha ocurrido en Canadá, con visitas a la tundra, lugar que sólo era visitado por científicos y cazadores. Las causas que han impulsado el ecoturismo son: La degradación y pérdida del medio natural y de la biodiversidad durante los últimos 50 años. Los seres humanos hemos venido agotando y cambiando los ecosistemas de manera más rápida que en cualquier otro período de la historia de la humanidad (Djoghla en: Hasselink, et al 2007). En el reporte global del Convenio de Diversidad Biológica (2014) se concluye que el 70% de la pérdida de la biodiversidad, está vinculada a la agricultura y ganadería.

Hasta hace poco tiempo, el turismo era una actividad exclusiva de estratos sociales de altos ingresos y se reducía a viajes de placer a las grandes ciudades de Europa y los Estados Unidos de Norteamérica, a sitios turísticos con playas y diversiones nocturnas: Hoteles de lujo con casinos, restaurantes, bares, centros de entretenimientos, discotecas y tiendas departamentales. Hoy en día, aunque se sigue practicando este tipo de turismo, los turistas actuales, sobre todo los europeos, asiáticos y norteamericanos de edad adulta, les motiva el deseo de conocer lugares con atractivos naturales y aprender e interactuar con las culturas locales.

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2023) México ocupa la posición número 6 como país receptor de turistas internacionales con 45 millones 33 mil visitantes y el lugar número 8 en captación de divisas con un monto de 28 mil millones de dólares. lo anterior, a pesar de la crisis pandémica del SAR-COVID-19 que afectó al sector turístico a nivel mundial durante los años 2019, 2020 y 2021. En la actualidad el turismo natural y cultural, es el segmento de mayor crecimiento dentro del sector turístico, al pasar del 12 al 20% en 2022, tendencia que es provocada por dos factores contradictorios y paradójicos: por la necesidad que tienen los turistas contemporáneos por disfrutar del medio natural en su estado más inalterado posible y porque los recursos naturales se han convertido en un bien escaso, como resultado de su explotación irracional por parte de los seres humanos.

Introducción

Se puede considerar el turismo, como una actividad sociocultural que ha estado vinculado a la economía desde su origen. La base de este fenómeno, reside en la forma en que el ocio y el tiempo libre se fue creando y adoptando en la sociedad. En la antigua Grecia, se consideraba el ocio y la contemplación como la actividad más importante de los seres humanos, debido a que era el momento en que el hombre se igualaba a los dioses y lo que lo distinguía de los animales (Molina, 1990). El ocio se convertiría más adelante en un tiempo libre de trabajo, en un período de descanso para sí mismo, después de realizar una jornada laboral por cierto tiempo, fue adquiriendo un significado económico y comenzó a generar utilidades, hasta llegar a formar parte de toda una industria. El turismo como actividad económica, inició a partir de la revolución industrial al reducirse considerablemente el tiempo de trabajo como consecuencia de la invención y uso de máquinas y herramientas, dejando un margen para que el trabajador goce de un tiempo libre, de descanso, recreación o esparcimiento, y destinando una parte de sus ingresos para llevarla a cabo. De tal forma que el descanso y la recreación se fueron incorporando a los conocidos indicadores de bienestar establecidos por la ONU: Alimentación, vivienda, vestido, salud, trabajo, educación, etc.; se puede decir, que el turismo como actividad económica, ha venido adquiriendo una importancia cada vez mayor

dentro de las economías nacionales. El desarrollo económico, tecnológico y comunicacional han facilitado su crecimiento, al grado de convertirse en una actividad económica mundial. México cuenta con una gran riqueza natural y cultural, que son muy apreciados por los turistas internacionales. Somos un país multicultural con la presencia de 56 grupos étnicos distribuidos las regiones norte, centro y sur del país. Resguarda el 10% de la biodiversidad mundial, cuenta con 7 Reservas de la Biósfera y el 13% de su territorio son áreas naturales protegidas susceptibles para desarrollar el ecoturismo. Se estima que 1 de cada 4 turistas internacionales que llegan a México participan en alguna actividad relacionada con el turismo de naturaleza (Santiago, 2018).

Pero su desarrollo deberá fundamentarse en criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social que beneficie a los habitantes locales. El desarrollo sostenible, se le considera como un proceso que contempla la gestión de los recursos naturales con el fin de asegurar sus existencias y conservación, incluyendo las áreas naturales protegidas (Acciona, 2020). Reza una profecía de los aborígenes australianos que dice “cuando se haya cortado el último árbol, cuando se haya envenenado el último río, cuando se haya atrapado el último pez, sólo entonces descubriremos que el dinero no se puede comer”. Este pensamiento lleva implícito que el medio ambiente tiene un valor fundamental que sobrepasa el valor económico. Por lo que su aprovechamiento, conservación y disfrute, no puede estar sujeto a criterios económicos capitalistas que se ha sustentado en la explotación desmedida de tales recursos para obtener el máximo beneficio económico a cualquier costo, aun por encima de su agotamiento.

El propósito del presente trabajo, es el de proponer como estrategia de desarrollo, el ecoturismo en el Municipio de Calakmul, estado de Campeche, que permita aprovechar y conservar sus recursos naturales y culturales (el municipio cuenta con la reserva natural más grande de México y la segunda del continente americano (después del Amazonas) y de la ciudad maya de Calakmul, declarada “Patrimonio Cultural de la Humanidad” por la UNESCO en 2002. Pero el aprovechamiento de estos recursos con fines turísticos plantea una serie de desafíos, por lo que se recomienda que las actividades ecoturísticas que se implementen, se lleven a cabo de manera ordenada y planificada para que no se pongan en riesgo. Los objetivos que deberá considerar toda iniciativa económica o proyecto de inversión de tipo ecoturístico que se realice en el municipio, es el de la sustentabilidad y que beneficie a los habitantes de las localidades en donde se implementen. Cabe señalar, que el desarrollo del ecoturismo en áreas naturales protegidas y/o sujetas a conservación, tienen que ir acompañado de una reglamentación que garantice su conservación. Adicionalmente se requiere crear la infraestructura urbana y de servicios acorde con sus características naturales y culturales, para que no contraste con su entorno natural y arqueológico. Los productos y servicios turísticos que se oferten, deberán promover la conservación del entorno ecológico y cultural. Otro aspecto a tomar en cuenta, son los asentamientos humanos que se encuentran dentro y fuera de la Reserva, así como los flujos migratorios que generan los desarrollos turísticos y que muchas veces atomizan y rebasan, las capacidades institucionales para satisfacer la demanda de servicios de la población. Al municipio de Calakmul, más que protegerla de todo y contra todo, requiere planificar su desarrollo, conciliando su riqueza natural y cultural con los beneficios económicos y sociales que estas puedan aportar. Siendo necesario la participación, la concertación y la corresponsabilidad de

los sectores público, privado y social; así como de la participación y concurrencia de los tres órdenes de gobierno: federal, estatal y municipal. El ecoturismo, es un término que es y ha sido utilizado para significar diversas actividades de descanso, recreación y de ocio relacionadas con la naturaleza, el medio ambiente y la cultura locales; y se le conoce también, como “Turismo Alternativo” que quiere decir, tener una o varias opciones de recreación y/o esparcimiento (OMT, 2023). Gira en torno a la naturaleza y cultura locales. La principal motivación de los turistas que la practican es la interacción y apreciación del entorno natural y de las culturas tradicionales prevalecientes. Los productos y servicios que se ofrecen se organizan generalmente para pequeños grupos por empresas locales.

Gurría (1996) considera que el surgimiento del ecoturismo, se debe más que nada al agotamiento del medio natural, la contaminación ambiental, la saturación de los destinos turísticos de sol y playa y su encarecimiento. Lo que ha provocado que actividades tradicionales como la agricultura, el senderismo, la observación de flora y fauna, la práctica deportiva al aire libre, el turismo de aventura, el turismo cultural y arqueológico, etc., se fueran incorporando como productos turísticos de gran demanda entre los turistas nacionales e internacionales. Albertos y Leyva (1999) proponen una serie de elementos que deben de cumplir este tipo de turismo:

- a) Desarrollarse a pequeña escala y baja intensidad, con el fin de lograr la interacción entre el turista, la naturaleza y la cultura local.
- b) Alentar la participación de los habitantes locales en los procesos de planeación y ejecución de los proyectos ecoturísticos a desarrollar.
- c) Hace énfasis en la sustentabilidad del medio ambiente, evitando dañar o afectar el medio natural y cultural.
- d) No deberá denigrar o dañar la cultura local, sino por el contrario, fomentar el respeto por las formas de vida, las costumbres y tradiciones de la población nativa.

De acuerdo con estos elementos, se puede considerar al “ecoturismo” como una nueva y diferente forma de actividad turística con fines recreativos, educativos, deportivos, de recreación y esparcimiento vinculados con el medio ambiente y la cultura local. Cesarman y Nava (1997) lo consideran como la actividad turística con mayor crecimiento a nivel mundial y puede llegar a convertirse en la industria más grande del mundo. Afirman también, como muchos otros autores, que es una excelente alternativa para que las comunidades rurales impulsen su desarrollo.

Actividades que ofrece el ecoturismo

Las actividades ecoturísticas dependen en gran medida de los recursos naturales y culturales existentes y pueden ser tan variado y diversos como lo permita la imaginación y la creatividad. García (1996) considera que las acciones que se pueden realizar dentro de este tipo de turismo, son:

- a) La observación de aves y vida silvestre.

- b) Caminata a través de la selva, con interpretaciones guiadas de los paisajes naturales y recursos de flora y fauna.
- c) Muestra y aprendizaje de conocimientos tradicionales (técnicas de subsistencia, agricultura tradicional, elaboración de alimentos y productos artesanales, uso de plantas medicinales).
- d) Visitas a museos y sitios de importancia histórica o arqueológica.
- e) Práctica de deporte al aire libre (pesca deportiva, alpinismo, campismo, espeleología, rafting, kayak, canotaje, buceo, ciclismo de montaña, slalom, patinaje, etc.).
- f) Fotografía y pintura de paisajes naturales.
- g) Visitas a lugares cinegéticos.
- h) Investigaciones científicas de flora, fauna y de sitios arqueológicos.

Todas estas actividades se pueden impulsar y desarrollar en el municipio de Calakmul, con fines recreativos y de conservación del medio ambiente y de la cultura local. Máxime que cuenta con el nombramiento “Patrimonio Mixto de la Humanidad” que comprende la antigua ciudad maya de Calakmul y la Reserva de la Biosfera, que representa el área protegida de selva tropical más grande de México” otorgada por la UNESCO, el 21 de junio de 2014.

Ubicación geográfica y clima del estado de Campeche

El estado de Campeche, se localiza en la región sureste del territorio nacional, en la porción del área conocida como Península de Yucatán, que comprende los estados de Campeche, Yucatán y Quintana Roo. Cuenta con una extensión territorial de 57 mil 925 km² (3.0% del país) y de esa superficie 23 mil 170 km² (40%) corresponden a áreas naturales protegidas: Reserva de los Petenes, Reserva de Laguna de Términos, Reserva de Balam-Kin y Reserva de la Biosfera de Calakmul. Su división política está conformada por 13 municipios: Calakmul, Calkiní, Campeche, Candelaria, Carmen, Champotón, Escárcega, Hecelchakán, Hopelchén, Palizada, Tenabo, Becal y Seybaplaya. El clima que predomina es el cálido subhúmedo con lluvias en verano (en el 92.0% del territorio de la entidad), el cálido húmedo con abundantes lluvias en verano en el 7.9% (zona centro) y el semiseco de cálido a muy cálido en el 0.1% del estado, en su porción norte.

El turismo en el Estado

El potencial turístico de la entidad, se sustenta en sus atractivos naturales, culturales, arqueológicos y arquitectura histórica-colonial, el 40% de su superficie se encuentran bajo el régimen de áreas naturales protegidas. Su riqueza arqueológica está representada por sus 18 sitios arqueológicos de la civilización Maya que se encuentran abiertas al público: Edzná en el Municipio de Campeche, el Tigre en el Municipio de Candelaria; Bolonchén de Rejón, Xtampac, Hopelchén, Dzibilnocac, Dzibalchén, el Tabasqueño, Dzibiltun, Hochob en el Municipio de Hopelchén; y Balankú, Becán, Xpujil, Chicanná, Calakmul, Hormiguero y Río Bec, en el Municipio de Calakmul.

Por su traza urbana, su arquitectura colonial, civil, militar y religiosa la ciudad de San Francisco de Campeche, la ciudad maya de Calakmul y su Reserva de la Biosfera, han sido nombrados por la UNESCO “Patrimonios Culturales de la Humanidad y Patrimonio Mixto de la Humanidad”. Los primeros, corresponden al Centro Histórico de la ciudad de San Francisco de Campeche, y la “Zona Arqueológica de Calakmul” y el segundo, comprende la antigua ciudad maya de Calakmul y su Reserva de la Biosfera. Otro factor favorable que tiene el estado para desarrollar el ecoturismo, es su clima cálido-húmedo que impera la mayor parte del año en el 92% del territorio, que puede convertirla como un destino turístico de gran importancia para los turistas europeos, norteamericanos y canadienses, durante las temporadas de invierno en sus lugares de origen. Los recursos turísticos señalados anteriormente, se ubican dentro de las categorías I, II y III, de acuerdo con los criterios de la OMT, que se pueden considerar como únicos, excepcionales y con algún rasgo significativo, capaces de provocar por si mismas una corriente de visitantes, pero requieren ser promocionados a nivel nacional e internacional, así como crear la infraestructura turística y comunicacional que necesita.

Con ese propósito el gobierno estatal, ha venido impulsando durante los últimos años, la inversión privada nacional y extranjera en el sector turístico, especialmente en lo referente a infraestructura hotelera y comunicacional. Resultado de esta política de atracción de inversiones, de 98 hoteles que operaban en la entidad en 1996 pasó a 286 en 2020, teniendo un incremento en el periodo de 291.83% (DATATUR, SECTUR, 2021) y en consecuencia, la oferta de hospedaje pasó de 2 mil 345 cuartos en 1996 a 5 mil 826 habitaciones en el año 2020, es decir, se incrementó en un 333.73% durante dicho período.

En 2021 el estado de Campeche, recibió a 186 mil 197 turistas y se hospedaron 185 mil 742 visitantes, lo que representa un 99.75% de ocupación. Si realizamos un análisis de los visitantes que arribaron a la entidad con el número de turistas que se hospedaron, se puede concluir que estos solamente se alojaron un día, lo que representa una cifra muy baja si consideramos los atractivos turísticos que tiene el estado. Del total de turistas que se hospedaron en 2021 el 60% fueron nacionales con 111 mil 445 visitantes y el 40% extranjeros, con 74 mil 297 personas (DATATUR, SECTUR 2021).

Localización del municipio de Calakmul

El municipio de Calakmul, cuenta con una extensión territorial de 13 mil 839.11 km² que representa el 24.34% del territorio del estado de Campeche. Limita al Sur con la República de Guatemala, al Norte con el Municipio de Champotón y Hopelchén, al Este con el Estado de Quintana Roo y la República de Belice, y al Oeste con los Municipios de Candelaria y Escárcega. Colindancias que la convierten en el único de los 13 municipios de la entidad, que colinda con dos países extranjeros (Guatemala y Belice). Respecto a su clima, predomina el cálido subhúmedo con lluvias en verano. La temperatura media anual es de 26 °C., pero en el mes de mayo se registran las temperaturas más altas que llegan alcanzar hasta los 40° C y las mínimas en los meses de diciembre y enero con 22° C. La humedad relativa es del 60 al 85% en la mayor parte del municipio.

Antecedentes históricos del municipio de Calakmul

Los primeros pobladores del municipio de Calakmul, se remontan a 700 años a.C., su territorio fue ocupado originalmente por agricultores semi-nómadas. La ciudad de Becán fue su cabecera política, militar y económica. Durante el período clásico maya (del año 250 al 950 d.C.), su población llegó a tener 50 mil habitantes, pero como consecuencia de las guerras internas entre tribus locales, ésta se fue debilitando y quedando en el olvido por más de 600 años (Boege, 2018). Durante la conquista española (1521) y el período colonial (1521-1821) la ausencia de metales preciosos, su aislamiento geográfico y la falta de agua provocó desinterés entre los españoles por colonizarla. A finales del siglo XIX el auge de la explotación maderera, el palo de tinte y la goma de mascar (chicle) por compañías norteamericanas y el descubrimiento de numerosos sitios arqueológicos de la civilización maya, generó el crecimiento demográfico en la región. En 1951 se crea la micro-región de Xpujil y en 1981 el Congreso del Estado de Campeche, la convierte en Sección Municipal y pasó a pertenecer al Municipio de Hopelchén. Finalmente, el 31 de diciembre de 1996, se convierte en Municipio Libre.

Población y grupos étnicos

Predominan los núcleos sociales indígenas mayas, choles, tzetzales, chontales, tjolobales, tzotziles, lacandones, tlaxcaltecas y otros de menor escala. En 2020, el municipio contaba con una población de 31 mil 714 habitantes (INEGI, 2020). De los cuales, 15 mil 613 son mujeres (49.2%) y 16 mil 101 hombres (50.8%).

Cuadro No. 1 Población Total por Sexo (2000-2020).

Año	Total	Hombres	Mujeres
2000	23,167	11,998	11,169
2020	31,714	16,101	15,613

Fuente: Censo de Población y Vivienda, INEGI. (2000 y 2020).

Principales localidades del municipio de Calakmul

A) Zoh-Laguna

Es la segunda comunidad más grandes del municipio, después de Xpujil y su población en 2020 es de 1mil 021 habitantes (INEGI, 2020). Se localiza a 10 km de la cabecera municipal de Xpujil y es la localidad en donde se asientan la mayoría de las organizaciones productivas y ambientalistas nacionales y extranjeras. En sus orígenes, fue el centro de la actividad económica del municipio, principalmente por la explotación de madera y la goma de mascar (chicle).

B) Xpujil

Es la localidad más importante del municipio y su cabecera municipal. De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda, INEGI (2020) cuenta con una población de 5 mil 729 habitantes. Por su ubicación geográfica, se le considera como un lugar de paso para llegar por carretera a la ciudad de Chetumal, Quintana Roo y Belice.

C) Constitución

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda, INEGI (2020) su población es de 1 mil 386 habitantes y tiene el nivel de Junta Municipal. Se caracteriza por ser un centro integrador, en donde concurre la población de las comunidades más apartadas del municipio para recibir atención médica, servicios educativos de nivel básico, abasto, trámites legales y otros servicios gubernamentales.

Principales festividades del municipio de Calakmul

Las principales celebraciones del municipio, son: En honor a la Virgen de Guadalupe y de la Purísima Concepción, el Carnaval, el día de los fieles difuntos y de la Santa Cruz. Además, se celebra la fiesta popular de la miel y el maíz, festividades en el que se llevan a cabo eventos deportivos y culturales, exposiciones turísticas, artesanales y comerciales. Las artesanías que predominan y caracterizan al municipio, son: El tallado y gravado de madera, el bordado de huipiles y hamacas. Su gastronomía se basa en carnes rojas y aves de corral, que se preparan en pipián, salpicón, barbacoa, mole y pibipollos en la celebración del día de los fieles difuntos.

Actividades económicas preponderantes del municipio de Calakmul

De acuerdo con el Anuario Estadístico del INEGI (2020) los sectores económicos preponderantes del municipio de Calakmul, son: El sector primario (agricultura, ganadería, apicultura y forestal) con 5 mil 420 trabajadores (63% de la población ocupada). El sector secundario, emplea a 777 trabajadores (9%) y el sector terciario, emplea a 2 mil 323 personas (28%) en actividades de comercio minorista, servicios de hospedaje y alimentos, servicios públicos y otros servicios.

Turismo

De acuerdo con estadísticas del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH, 2022) el número de turistas que visitaron las zonas arqueológicas del municipio de Calakmul en 2022, fue de 246 mil 310 (32.28% más que en 2021). Entre los sitios arqueológicos más visitados fueron: la zona arqueológica de Calakmul con 50 mil 651 turistas y la de Xpujil con 9 mil 656, de los cuales el 60% fueron turistas nacionales y el 40% extranjeros.

La afluencia turística del municipio de Calakmul, se encuentra determinada por el número de turistas que visitaron sus sitios arqueológicos, que de acuerdo con estadísticas del INAH (2022) durante el período de 2018 al 2022, creció en un 15.34% al pasar de 42 mil 879 visitantes en 2018, de los cuales 23 mil 178 fueron nacionales (55%) y 19 mil 701 extranjeros (45%) a 50 mil 651 visitantes en el 2022, de los cuales 20 mil 375 fueron nacionales (40%) y 30 mil 276 (60%) extranjeros. Cabe señalar, que dichas cifras no representan en términos reales el número de turistas que arribaron al municipio, ya que una misma persona pudo haber visitado dos o más sitios arqueológicos en un mismo día.

El municipio se encuentra conectado por dos ejes carreteros centrales. El primero, con sentido Oeste a Este, representado por la carretera federal Escárcega-Chetumal, con una longitud de 140.9 km y que se intersecta con la carretera estatal que conduce a la zona arqueológica de Calakmul, con una longitud de 62.8 km. El segundo, surca la porción Este del

territorio a través de la carretera estatal Hopelchén-Xpujil, que va de Norte a Sur con una extensión de 60 km. El resto lo integran caminos rurales, que suman la cantidad de 353.17 km y que surcan la porción Sureste y Noroeste del territorio. Su infraestructura área, se compone de una pista de aterrizaje (aeródromo) ubicada en Xpujil y que es utilizada por pequeñas aeronaves (avionetas y helicópteros) que se dedican al transporte turístico.

Reserva de la biosfera de Calakmul

Fue creada mediante Decreto Presidencial de fecha 23 de mayo de 1989 y representa el área natural protegida más grande e importante de México. Cuenta con una superficie de 723 mil 185 ha y forma parte de una región de áreas naturales protegidas que llega hasta Centroamérica, entre las que se encuentran: La Reserva de la Biósfera de Sián-Kaán en el Estado de Quintana Roo, el Petén guatemalteco, Montes Azules en el Estado de Chiapas y las Milpas en Belice. Además de su riqueza biológica, dentro de la Reserva, se localizan numerosos e importantes sitios arqueológicos de la civilización maya, incluido el sitio arqueológico que lleva su nombre.

Su zona núcleo I está integrada por 147 mil 915 ha y es la superficie menos alterada por el hombre, en ella, habitan numerosas especies de flora y fauna endémicas y en peligro de extinción, motivo por el cual, las únicas actividades permitidas son las de carácter científico, de investigación y educación ambiental.

Su zona II se compone de 100 mil 345 has y es la superficie destinada a proteger la zona núcleo I de los habitantes locales y del impacto exterior, y una zona de amortiguamiento de 474 mil 924 ha, en las dos primeras se pueden realizar actividades ecoturísticas, de agroforestería, educativas y de investigación.

La Reserva, estuvo bajo jurisdicción del gobierno federal hasta marzo de 1993, fecha que ingresó a la Red Internacional del Programa “El Hombre y la Biósfera” de la UNESCO. En ese año y ante el reclamo de las autoridades locales por tener mayor injerencia en el manejo de sus recursos naturales, se transfiere su administración al gobierno estatal, asumiendo éste la responsabilidad de su cuidado, vigilancia y conservación. La Reserva, representa un gran aporte al mantenimiento de los procesos bióticos esenciales del Sur-Sureste de México y de Centroamérica, entre los que se ubican los procesos hídricos, climáticos y ecológicos que determinan la biodiversidad de la región y funciona como un importante corredor biológico, que permite el desplazamiento de especies de animales que habitan en la porción Norte de la Península de Yucatán con la región Sur de Calakmul y el Petén guatemalteco.

Lío limítrofe

A pesar de ser una de las áreas naturales protegidas más grandes e importantes del país y de América Latina, únicamente superado por la selva amazónica, sus recursos naturales (flora y fauna) corren un serio peligro, debido al crecimiento poblacional, la explotación forestal, la agricultura que camina, la ganadería extensiva y la cacería furtiva y deportiva. Además de lo anterior, la Reserva se encuentra bajo la amenaza de sufrir un desmembramiento por el conflicto limítrofe que existe entre los estados de Campeche y Quintana Roo, este último, demanda una superficie de 4 mil 800 km² a lo largo de su frontera Sur y que de favorecerle la resolución de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) en donde se ventila la

controversia constitucional, dicha porción de territorio pasaría a formar parte del estado de Quintana Roo.

Sitios arqueológicos del municipio de Calakmul

La herencia de la civilización y cultura Maya que posee el municipio de Calakmul, se encuentra representada por sus 7 sitios arqueológicos que se localizan en su territorio: Xpujil, Calakmul, Chicanná, Becán, Hormiguero, Balankú y Río Bec. Con la inclusión del estado de Campeche al Programa Nacional de Ciudades Coloniales, el nombramiento de la Zona Arqueológica de Calakmul Patrimonio Mundial de la Humanidad y Patrimonio Mixto de la Humanidad por la UNESCO y la construcción del Tren Maya en la región Sur-Sureste; se amplían las perspectivas de promoción y atracción turística del municipio a nivel nacional e internacional. Con este objetivo la Secretaría de Cultura, el INAH y el Fondo Nacional de Turismo (FONATUR) invertirán 700 millones de pesos en los próximos dos años en Palenque, Chiapas; Chichén Itzá, Yucatán; Tulum y Cobá, Quintana Roo, y Calakmul y Edzná, en Campeche, con el objetivo de conservarlas, restaurarlas y promoverlas como atractivos turísticos (Revista el Economista, junio de 2021).

Xpujil: Su nombre significa en lengua maya “cola de gato” debido a que la zona arqueológica está rodeada de esa planta. Su edificio principal, se le conoce como “edificios de torres” siendo la única estructura descubierta hasta ahora, que cuenta con tres torres dentro del estilo Río Bec. En 2021, el número de turistas que visitaron este sitio arqueológico, fue de 9 mil 659 personas (INAH, 2022).

Calakmul: En lengua maya significa “montículos adyacentes” y su estilo arquitectónico pertenece al clásico tardío (500 a.C. a 900 d.C.). Cuenta con una extensión de 70 km y es considerada por muchos arqueólogos, como una de las ciudades prehispánicas más grandes de Mesoamérica y se localiza en el interior de la Reserva que lleva su nombre. Por su importancia histórica y cultural, fue declarada el 27 de junio del 2002 por la UNESCO “Patrimonio Mundial de la Humanidad”. El número de turistas que la visitaron en 2021, fue de 50 mil 651 personas (INAH, 2022).

Chicanná: En lengua maya significa “boca de la serpiente” y corresponde al período 400 a. C. a 1100 d. C., a primera vista da la impresión de ser una ciudad pequeña por la distribución y el tamaño de sus edificios, mismos que fueron construidos formando una plaza central con estructuras a su alrededor. Su estilo arquitectónico pertenece al Río Bec. El número de turistas que la visitaron en 2021 fue de 6 mil 765 personas. En 1996, la zona arqueológica de Chicanná, recibió en promedio a 2 turistas por día y en 2021 fueron de 18 visitantes por día (INAH, 2022).

Becán: En la lengua maya significa “el camino de la serpiente” fue construida en el período 400 a. C. y 1100 d. C., sus edificios tienden a ser ovalados y comprende una longitud de 550 m y una anchura de 475 m. Es una ciudad compacta, sus estructuras principales forman un cuadrángulo en su porción Norte (I, II, III y IV) y su estilo arquitectónico pertenece al Río Bec.

El número de turistas que la visitaron en 2021 fue de 17 mil 116 personas. En 1996 visitaron la zona arqueológica de Becán un promedio de 3 turistas por día y en 2021 fue de 42 personas (INAH, 2022).

Hormiguero: Significa en lengua española “nido de hormigas” fue edificada durante el período 400 a.C. al 1100 d.C., y pertenece al estilo arquitectónico Río Bec, sus estructuras están formadas por tres grupos de montículos perfectamente delimitadas y en torno a éstas se levantan pequeños conjuntos habitacionales y recintos que eran utilizados como centros ceremoniales. En 2021 el número de turistas que la visitaron fue de 3 mil 721 personas (INAH, 2022).

Balankú: Significa en lengua maya “la casa de los cuatro reyes” y se localiza a la vera de la carretera federal Escárcega-Chetumal (a la altura del Km. 95 se encuentra una desviación de 3 km que conduce a la zona arqueológica). Balamkú, ha adquirido fama por su friso estucado que corresponde al período del clásico temprano 450 a 600 años d. C. En 2021 el número de turistas que la visitaron, fue de 6 mil 193 personas (INAH, 2022).

Río Bec: En lengua maya significa “río del roble” y fue fundada durante la época 400 a.C. al 1100 d.C., pertenece al estilo arquitectónico que lleva su nombre. Se caracteriza por tener dos torres esbeltas y mascarones de Itzamná (deidad suprema del cielo, del día y de la noche) representado por dos rostros de serpientes, símbolo de entrada al inframundo. Río Bec, está formado por un complejo grupo de edificios en donde sobresalen los campos de juego de pelota. Cabe señalar, que el INAH, no dispone de información estadística respecto al número de visitantes de este sitio.

Conclusiones

Es innegable que el deterioro y la contaminación ambiental que desde hace años viene sufriendo nuestro planeta, ha propiciado el surgimiento del ecoturismo en diversos países del mundo. Los primeros que iniciaron esta actividad fueron Austria, Alemania, Suiza, España, Francia, Inglaterra, Irlanda y Holanda. Naciones que han visto disminuir sus recursos naturales y en consecuencia han buscado promover acciones para recuperarlas, cuidarlas y conservarlas (Albertos y Leiva, 1999). Muchos países durante las últimas décadas han visto disminuir considerablemente sus inventarios naturales. Por ejemplo, los del mediterráneo, la contaminación de sus mares y litorales son un grave problema que afecta a la pesca y al turismo de sol y playa, dos de sus principales actividades económicas.

México, a pesar de ser contar con abundantes recursos naturales, padece de graves dificultades económicas y sociales. El porcentaje de la población en situación de pobreza pasó de 51.9 a 55.7 millones de personas (CONEVAL, 2021). Sus áreas naturales presentan serios problemas de explotación y contaminación (cerca de 127 mil ha de bosques fueron desforestadas en 2020) y ocupa el segundo lugar de los países de América Latina con mayor deforestación después de Brasil. Con el propósito de revertir esta problemática el gobierno federal y los gobiernos locales, han impulsado políticas de protección y conservación ambientales y el ecoturismo.

En este contexto, el estado de Campeche y específicamente el municipio de Calakmul, vienen haciendo lo propio con el fin de conservar sus recursos naturales, culturales y arqueológicos mediante el impulso del ecoturismo. La entidad cuenta con 2 declaratorias Patrimonio Mundial de la Humanidad, 4 reservas naturales (que incluye la Reserva de la Biosfera de Calakmul) y un Patrimonio Mixto de la Humanidad. Es la entidad con el mayor número de sitios arqueológicos de la civilización maya del país, en la que destaca la zona arqueológica de Calakmul, declarada por la UNESCO, en junio del 2002 “Patrimonio Mundial de la Humanidad”. Impulsar el ecoturismo en el municipio, permitiría la generación de empleos e ingresos para la población local y la conservación de sus recursos naturales y culturales. El ecoturismo, no debe dañar el medio ambiente o denigrar la cultura local, sino por el contrario, fomentar la educación y el cuidado de la naturaleza, las costumbres y tradiciones de sus residentes, de ahí su relación con el desarrollo sustentable.

Pero hay que tener cuidado, porque la masificación del ecoturismo puede poner en riesgo sus recursos naturales y evitar lo que le ocurrió a Tahití, que pasó de ser un lugar casi virgen en 1960 a ser visitado por 15 mil turistas al año, provocando serios desequilibrios ecológicos a la isla y obligando la intervención de organismos internacionales para proteger sus ecosistemas, regular y reglamentar la actividad turística.

Tradicionalmente, la mayoría de las naciones han sustentado su crecimiento y desarrollo económico en la explotación de sus recursos naturales, por esta razón a partir de los años 80's del siglo XX muchos economistas al estudiar las repercusiones negativas derivadas de la aplicación de modelos económicos capitalistas, establecieron la necesidad de impulsar el desarrollo sustentable como medida para solucionar los problemas ambientales que afectan por igual a países desarrollados y subdesarrollados. La Conferencia de Estocolmo (1973), la Comisión Mundial del medio Ambiente y Desarrollo (1986), el Informe Brundtland (1988), la Cumbre de la Tierra (1992), la primera Reunión de la Comisión de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sustentable (1994), la Cumbre para el Desarrollo Social (1996), el Protocolo de Kioto (1997) y la Cumbre para el Desarrollo Sustentable (2001), son algunos de los acuerdos internacionales que buscan impulsar políticas de desarrollo sustentable entre los países miembros, y que ya forma parte del lenguaje universal de la humanidad (Acerenza, 2006). Y que han impulsado la aplicación de políticas de conservación y protección ambientales, la creación de reservas naturales y áreas naturales protegidas, que han facilitado el desarrollo del ecoturismo a nivel mundial. La creación de parques nacionales en África, constituye un buen ejemplo de la aplicación de estas políticas, como las implementadas en Tanzania, Congo, Zimbabue y Sudáfrica. Más de 207 mil 200 km² se han convertido en reservas naturales en el Este y Sur del continente africano y que protege a numerosas especies de flora y fauna. Con el mismo propósito, se han creado reservas naturales en los Estados Unidos de América, Costa Rica, México, Brasil, Venezuela, República Dominicana, Chile, Argentina, entre muchos otros.

El desarrollo del ecoturismo en parques naturales, ha generado empleos, demanda de productos locales, la creación de infraestructura turística y de comunicaciones. En África, el ecoturismo ha rebasado los ingresos generados por las actividades primarias como la agricultura. En Suiza, por ejemplo, el turismo de montaña durante el invierno era poco conocido, hasta la aparición de tranvías que facilitó la transportación de los turistas hacia esos centros vacacionales y actualmente representa una de las actividades económicas más

importantes para dicho país. Otro caso similar se puede encontrar en Alaska, Canadá y la Patagonia. Los viajes por cruceros, avionetas y helicópteros a las tundras, lugares inhóspitos que no eran visitados por turistas por falta de medios de transporte y que hoy día son lugares muy visitados por sus atractivos naturales excepcionales.

La presente investigación, pretende convertirse en un documento orientador para el fomento del ecoturismo en el municipio de Calakmul, mediante la promoción de sus atractivos naturales y culturales, la creación de infraestructura turística y comunicacional que permitan aprovechar la demanda que tiene actualmente este tipo de turismo a nivel mundial. Otra de las condiciones requeridas para posicionar al municipio como destino ecoturístico, es la coordinación y la suma de esfuerzos que debe existir entre las autoridades, los prestadores de servicios turísticos y los habitantes locales, con la finalidad de crear sinergias y potencializar las capacidades e iniciativas individuales y colectivas, promover la calidad y la competitividad de los servicios que se ofrezcan.

El desarrollo del ecoturismo requiere de la participación, colaboración y coordinación de los sectores público, privado y social, como lo vienen realizando España, Francia, Inglaterra, Austria, Suiza, Alemania, Costa Rica y Venezuela (Albertos y Leyva, 1999). El crecimiento del turismo en el mundo, se refleja por el número de turistas que pasaron sus vacaciones en 2022, que fue de 900 millones de personas. México en 2022, recibió 45 millones de turistas internacionales, posicionándolo como el sexto lugar de países con más llegadas de turistas internacionales (OMT, 2022). El turismo representa la tercera actividad económica en captación de divisas, después de la industria petrolera y de la manufacturera. Para el estado de Campeche, el turismo ocupa el segundo lugar en importancia económica, después de la industria petrolera, que refleja la importancia que tiene el turismo en la economía nacional y local.

La afluencia turística del Municipio de Calakmul, se encuentra determinada por el número de turistas que visitaron sus sitios arqueológicos, que de acuerdo con estadísticas del INAH (2022) durante el período de 2018 al 2022, creció un 15.34% al pasar de 42 mil 879 turistas en 2018, de los cuales 23 mil 178 fueron nacionales (55%) y 19 mil 701 extranjeros (45%) a 50 mil 651 visitantes en 2022, de esa cifra 20 mil 375 fueron nacionales (40%) y 30 mil 276 (60%) extranjeros.

La infraestructura hotelera del municipio de acuerdo con el censo económico INEGI (2020) se compone de 1 hotel de cinco estrellas, 2 hoteles de cuatro estrellas, 3 hoteles de tres estrellas, 3 hoteles de dos estrellas, 5 hoteles de una estrella y 12 negocios de alojamiento sin categoría (cabañas), que ofertan un total 352 habitaciones. Además, operan 83 negocios de comida regional y nacional, 3 empresas de transporte de pasajeros (Autobuses de Oriente de Primera Clase, Autobuses del Sur de Segunda Clase y una Cooperativa de Transporte Rural, 20 autos de alquiler (taxis) y 27 guías de turismo de aventura.

El presente trabajo, corresponde a una propuesta para fomentar el ecoturismo, su promoción a nivel nacional e internacional, la modernización de la red de carretera, el fomento de la inversión privada, mejorar la imagen urbana y los servicios públicos de Xpujil y promover el ecoturismo mediante la creación de microempresas turísticas locales. Hoy día, el turista busca experiencias diferentes, vivencias, emociones, contacto con la naturaleza, conocer la historia y la cultura de los lugares que visita, asumiendo un compromiso de respeto por la naturaleza y las culturales locales, bajo este contexto podemos concluir que:

- a) En el municipio de Calakmul, se localizan 7 de los 18 sitios arqueológicos de la cultura maya abiertas al público de la entidad (40% del total), lo que la convierte en el segundo municipio con el mayor número de zonas arqueológicas del estado, únicamente superado por el municipio de Hopelchén, Lo que la define como un destino turístico de tipo arqueológico-cultural. La más importante de todas, es la de Calakmul, nombrada por la UNESCO “Patrimonio Mundial de la Humanidad” además de contar con la Reserva de la Biosfera que lleva su nombre, el área natural protegida más grande de México.
- b) Que de acuerdo con los criterios de la OMT, los atractivos turísticos del municipio (Reserva de la Biosfera y sitios arqueológicos) se ubican en las categorías I, II y III, al ser considerados como únicos, excepcionales y con algún rasgo significativo, capaz de provocar una corriente de visitantes nacionales e internacionales.
- c) El estudio nos permitió determinar los factores positivos (recursos naturales y arqueológicos, ubicación geográfica, clima y afluencia turística) y negativos (falta de promoción de sus atractivos turísticos; de infraestructura comunicacional, urbana y de servicios públicos en Xpujil, su cabecera municipal y que influyen en la problemática que padece el sector turístico local). Así como su ubicación estratégica, debido a su cercanía con los estados de Yucatán, Quintana Roo y con Belice y Guatemala.
- d) La investigación nos permitió conocer el número de turistas que visitaron los sitios arqueológicos del municipio de Calakmul, durante el período de 2018 al 2022, que de acuerdo con estadísticas del INAH (2022) creció un 15.34% al pasar de 42 mil 879 turistas en 2018 a 50 mil 651 visitantes en 2022, de los cuales 20 mil 375 fueron nacionales (40%) y 30 mil 276 (60%) extranjeros.
- e) Que existe una tendencia favorable de los turistas actuales a nivel mundial, por visitar sitios naturales, culturales y arqueológicos. Debido a la necesidad que tienen por disfrutar e interactuar con el medio natural y las culturas locales. El número de turistas a nivel mundial pasó de 323 millones en 2018 a 960 millones en 2022 (OMT, 2023).
- f) Las comunidades con potencial para promover el ecoturismo en el Municipio, son las que se localizan dentro de la Reserva de la Biosfera y cercanas a las zonas arqueológicas, con base en estos criterios, únicamente 7 de las 52 localidades rurales del Municipio, son susceptibles para desarrollar el ecoturismo, a través de la oferta de hospedaje (cabañas), comedores rurales y servicios de guías de turismo interpretativo natural y arqueológico; como las que se promueven en las regiones españolas de Aragón, Asturias, Navarra, País Vasco, Andalucía y Cataluña.
- g) Que las actividades ecoturísticas susceptibles de desarrollarse en el municipio, son: Visitas guiadas a zonas arqueológicas, actividades deportivas al aire libre: bicicleta de montaña, pesca, kayak, remo, buceo, senderismo. Observación e interpretación de flora y fauna, fotografía, pintura de paisajes naturales, estudios e investigaciones científicas, servicios de hospedaje y comedores rurales en las localidades de Zoh-Laguna, Xpujil, 20 de Noviembre, Eugenio Echeverría Castellot, Nuevo Becán, Cristóbal Colón y Silitut.
- h) Que uno de los factores que influyen en el bajo nivel de estadía en la entidad y en el municipio (1 día en promedio por visitante), es la falta de módulos de información, de servicios turísticos, infraestructura urbana y de servicios públicos en dichas comunidades.

Así como de actividades recreativas y de ocio, que ocasionan también, un bajo nivel de gasto por turista, que actualmente es de 490 pesos diarios en promedio.

- i) Que la Reserva de la Biosfera de Calakmul, es una de las áreas naturales protegidas más importantes de México, ya que alberga especies de vegetales y animales endémicas y en peligro de extinción (su fauna está integrada por 17 especies de anfibios y 43 especies de reptiles, 235 especies de aves (179 residentes y 56 migratorias), 94 especies de mamíferos silvestres; de 6 de las 7 especies de marsupiales, 3 de primates, 2 de 4 dentados y 5 de las 6 especies de felinos.

Recomendaciones

- a) Impulsar la colaboración entre los prestadores de servicios turísticos y las autoridades locales, que facilite la suma de esfuerzos y recursos para consolidar la oferta de hospedaje y alimentos, de transporte y guías de turistas.
- b) Promover el desarrollo turístico con una visión de mediano y largo plazo, que permita conjugar el desarrollo local con la sustentabilidad del medio ambiente, en beneficio de las futuras generaciones. La promoción turística, deberá orientarse al mercado nacional e internacional (especialmente en los países de Europa, EE.UU. y Canadá). De acuerdo con estadísticas del INAH (2022) el número de visitantes a los sitios arqueológicos del municipio, fue de 50 mil 651 personas, de los cuales 20 mil 375 son nacionales (40%) y 30 mil 276 extranjeros (60%).
- d) La falta de infraestructura turística, urbana, de servicios públicos y calidad de los servicios de hospedaje y alimentos que se ofrecen; y al aumento de la oferta ecoturística a nivel mundial, obliga a los destinos y prestadores de servicios turísticos proporcionar productos y servicios de calidad a precios competitivos.
- e) Que en las actividades ecoturísticas que se implementen, deberán participar la población local con el fin de procurarles empleos e ingresos, para que no se vean en la necesidad de explotar sus recursos naturales.
- f) Que la infraestructura turística y urbana que se construya, deberá cumplir con las necesidades de la población local y de los turistas que visitan el municipio, cuidando su perfil de sitio natural y cultural, con el fin que no se distorsione su imagen ecológica y arqueológica.
- g) Que las estrategias de promoción turística que se proponen, son: La creación un centro de iniciativas turísticas, página web, módulos de información, paraderos turísticos y colocación de señalamientos de los sitios arqueológicos y de servicios turísticos a la vera de la carretera federal. Por citar un ejemplo, el tramo de la carretera federal Halachó-Mérida, cuenta con 50 señalamientos que indican la ubicación de los sitios arqueológicos de Uxmal, Chichen Itzá, Ruta Puuc; así como la oferta de servicios.
- h) Mejorar y modernizar la infraestructura urbana y comunicacional, garantizar el abasto de agua potable, de alimentos y la prestación de servicios públicos, acorde con su nombramiento de "Patrimonio Mundial de la Humanidad y Patrimonio Mixto de la Humanidad" por la UNESCO.

- i) Ampliar y modernizar la carretera federal Escárcega-Chetumal y Chetumal-Can-Cún, y mejorar la oferta de transporte terrestre entre Xpujil con Cancún, Playa del Carmen, Tulum, Chetumal, por ser destinos turísticos muy demandados por los turistas nacionales e internacionales.
- j) Modificar la Ley que establece las disposiciones reglamentarias para el tránsito en el camino de acceso a la zona arqueológica de Calakmul, para que los habitantes del estado de Campeche, se les exima del pago de peaje que comprende del km 0+000 (entronque con la carretera federal Escárcega-Chetumal) hasta el km 61+000 (zona arqueológica) y de acceso al sitio arqueológico.
- k) Impulsar la construcción de un museo de la cultura maya y de un parador turístico en el tronque de la carretera federal a la zona arqueológica de Calakmul, que ofrezca los servicios de: Gasolinera, sanitarios, estacionamiento, restaurantes y locales comerciales de productos locales y artesanales. Y promover el establecimiento de un Centro de Estudios de Investigación de la Cultura Maya y de la Biodiversidad.

Referencias

- Acciona.** (2020). *Qué es el desarrollo sostenible y los objetivos globales*. Disponible en: https://www.accion.com/es/development-sustainable/?_adin=0744975955 (Consultado 09-06-2023).
- Acerenza, M.** (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México, Trillas.
- Ahmed Djoghla en: Hesselink, F., W. Goldstein, P. P. van Kempen, T. Garnett y J. Dela** (2007). *La Comunicación, Educación y Conciencia Pública. Una caja de herramientas para personas que coordinan las estrategias y planes de acción nacionales sobre diversidad biológica*. Canadá: SCDB, CDB, IUCN
- Albertos, C. y Leyva, G.** (1999). *El desarrollo turístico sustentable, una herramienta para el desarrollo regional*. México, Gobierno del Estado de Campeche.
- Boege, E.** (2008). *El patrimonio biocultural de los pueblos indígenas de México*. Disponible en: https://idegeo.centrogeo.org.mx/uploaded/documents/El_patrimonio_biocultural-Eckart_Boege.pdf (Consultado 6-06-2023).
- Cesarman, E. L. y Nava, A. J.** (1997). *Comercialización del producto turístico alternativo*. México, Universidad Autónoma de Puebla.
- Consejo Nacional de la Política de Desarrollo Social, CONEVAL.** (2021). *Comunicado No. 09*. Disponible en: https://www.coneval.org.mx/SalaPrensa/Comunicadosprensa/Documents/2021/COMUNICADO_009_MEDICION_POBREZA_2020.pdf (Consultado 28-05-2023).
- DATATUR, SECTUR.** (2021). *Compendio estadístico del turismo en México*. Disponible en: <https://www.datatur.sectur.gob.mx> (Consultado 31-05-2023).
- García, F. R.** (1996). *El turismo rural en España*. España, Turespaña.
- Gurria, M.** (1996). *Estudios y perspectivas en turismo*. Argentina, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.

Instituto Nacional de Antropología e Historia, INAH. (2018). *Calakmul*. Disponible en: <https://mediatica.inah.gob.mx> (Consultado 29-05-2023).

Instituto Nacional de Antropología e Historia, INAH. (2022). *Sistema institucional estadística de visitantes*. Disponible en: <https://www.estadisticas.inah.gob.mx/> (Consultado 27-05-2023).

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (2020). *Anuario estadístico y geográfico por entidad federativa*. Disponible en: <https://anuarioestadistico.ygeografico.porentidadfederativa2020.inegi.org.mx> (Consultado 10-06-2023).

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (2020). *Población ocupada por municipio y su distribución porcentual según sector de actividad económica*. Disponible: https://www.inegi.org.mx/app/cuadroentidad/Camp/2020/10/10_5 (Consultado 04-06-2023).

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (2022). *Comunicado de prensa número 557/2022*. Disponible en: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP_TURISMO_22.pdf (Consultado 11-06-2022).

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (2020). *Censo de Población y Vivienda*. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/cpv/2020/resultadosrapidos/default.html?texto=champot%C3%B3n%20campeche> (Consultado 31-05-2023).

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (2000). *Censo de Población y Vivienda*. Disponible en: <https://cuentame.inegi.org.mx/monografia/informaci3n/camp/poblaci3n> (Consultado 27-05-2023).

Molina, S. (1990). *Turismo y ecología*. México, Trillas.

Organización Mundial de Turismo, OMT. (2008). *Introducción al turismo*. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Introducci3nal-turismo-de-la-OMT.pdf> (Consultado 20-05-2023).

Organización Mundial de Turismo, OMT. (mayo, 2023). Disponible en: <https://www.Bar3metro|OMT.unwto.org> (Consultado 30-05-2023).

Revista el Economista (junio de 2021). Disponible en: <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Destinaran-inversion-historica-en-zonas-arqueologicas-de-la-ruta-del-Tren-Maya-20210616-0058.html> (Consultado 25-05-2023).

Santiago, M. J. (2018). *Ecoturismo y desarrollo local en el sureste mexicano. Una mirada con elementos de la economía institucional a dos estudios de caso*. Disponible en: <https://revpubli.unileon.es/ojs/index.php/poligonos/article/view/5693> (Consultado 02-06-2023).

Stanley, E. M. (2006). *Introducción a la química ambiental*. México, Reverté.

Sugerencias para el estudio de los impactos sociales del turismo en un contexto latinoamericano

Hugo César Ciambelli Romero¹

Resumen

En el presente trabajo se desarrolla un análisis sobre el estudio de los impactos del turismo, el cual ha ido creciendo como modelo de desarrollo en el último medio siglo de manera exponencial. Por mucho tiempo se le apreció como una forma de integrar territorios al desarrollo sin impactarles negativamente. Sin embargo, con el paso de las décadas se fue evidenciando que esto no era correcto, que de hecho el turismo trae consigo una diversidad de impactos ambientales, económicos y sociales.

Si bien es cierto que en la actualidad esta idea no se pone en duda, se ha hecho un trabajo muy desigual en el ámbito académico en lo que respecta a la identificación, valoración y comprensión de los impactos sociales del turismo. Mientras que se desarrollan escalas, indicadores y planes de implementación bien definidos para el cuidado ambiental, o la demostración de una buena ganancia y crecimiento económico, en el ámbito social se cuenta con poco avance.

El objetivo del presente trabajo es identificar los principales problemas en el estudio de los impactos sociales de turismo. Se identifican una lista considerable de problemas metodológicos, como incorrecta formulación de reactivos y factores en las escalas utilizadas para la recabación de datos, sesgos en la redacción, escasa fundamentación teórica, sin balance entre un análisis de elementos positivos y negativos, incluso uso de una formación tendenciosa de las preguntas. Un problema fundamental es la población que está siendo objeto de estudio y el objetivo final de la investigación, lo cual aborda elementos metodológicos esenciales. Sin embargo, el problema más grave se argumenta que es de índole conceptual y político.

Como conclusión se plantea la necesidad de establecer nuevas aproximaciones en toda la formulación de problemas de investigación, que se centren no solo en la satisfacción de la población de acogida o de los turistas, sino en los problemas sociales que se encuentren objetivamente en el territorio, en las familias, comunidades y empresas. Así mismo, una aplicación metodológica más rigurosa, en dirección a abandonar una visión simplista y sesgada sobre el turismo. Por lo que se recomienda la formación de grupos transdisciplinarios para un abordaje complejo del turismo en el territorio.

Conceptos clave: 1. Turismo, 2. Impactos sociales, 3. Bahía de Banderas.

Introducción

El presente ensayo aborda distintos problemas y presenta sugerencias de mejora para el estudio de los impactos sociales del desarrollo turístico en los individuos y la sociedad de acogida en general. El análisis de algunas publicaciones será la base para sustentar las

¹ Doctor, Universidad de Guadalajara, hugo.ciambelli5903@academicos.udg.mx

críticas, así como también las sugerencias a través de trabajos que aplican en cierta medida dichas propuestas. Para ello se trabajó el contexto de la bahía de Banderas de manera constante, pues es el ámbito en el que se desarrollan algunas recomendaciones finales y consta de los escenarios perfectos para cumplir con la finalidad del ensayo.

El objetivo es pues establecer la necesidad de equipos de trabajo multi- y transdisciplinarios en el estudio de los impactos del turismo. Se aborda de forma particular, en distintos ejemplos y propuestas, el papel del psicólogo social u otros especialistas de las ciencias sociales. Por lo que se resaltan tanto elementos sociales como humanos, con la intención de construir una visión psicosocial de los impactos del turismo en un territorio.

Para cumplir este cometido, se presentan los impactos del turismo de forma general. Pueden tratarse distintos ámbitos, como el ambiental, económico, social y cultural. Después, se centrará el análisis sobre los impactos sociales y culturales, donde se logra un nivel de profundidad mayor al establecer no solo los temas más estudiados y sus métodos, sino también la profundidad de los problemas y el fin que se desea cubrir con estos estudios. Finalmente, se desarrollan conclusiones generales y particulares a nuestro contexto académico.

Impactos del turismo

En el ámbito académico existe desde hace varias décadas un interés creciente sobre los distintos impactos del turismo. Este interés no es aislado, sino que se acompaña por una tendencia mundial por comprender los efectos del hacer del hombre sobre el planeta, así como sobre los diferentes niveles de análisis (micro y macro) y los ámbitos (social, económico, cultural) de la vida humana.

El estudio de dichos impactos tiene su fundamentación última en cómo lograr un estado de desarrollo sustentable. Sin embargo, como se verá más adelante en general los mismos estudios académicos guardan un fin y justificación distinta al proyecto de sustentabilidad. Lo que sí mantiene la estructura desde el concepto de sustentabilidad es la clasificación de los impactos. De forma clásica se han estudiado tres distintos tipos de impactos entre el desarrollo del turismo y su medio: el ambiental, el económico y el sociocultural.

Antes de describir los distintos tipos de impactos, aclarar a qué nivel de análisis se hace alusión cuando se habla de desarrollo turístico, puesto que se desea evitar un problema común que es hablar del turismo como uno solo. Se tiene como base que el desarrollo de cualquier actividad en un territorio genera cambios y procesos de adaptación entre el hombre y su medio, y el turismo no es la excepción. No obstante, existen diversas formas de desarrollar o implementar actividades turísticas. La medida en la que una misma forma de implementar cierta actividad turística puede afectar de distinta forma según como se implemente, y por cuántas personas en un mismo territorio. Así pues, en el presente trabajo se hace alusión a aquellas ciudades o territorios en donde el turismo es la actividad más importante, ya sea como actividad exclusiva o no.

Comenzando con los impactos ambientales los cuales son muy variados, se les puede clasificar como directos o indirectos. Algunos ejemplos de impactos directos: las afecciones

en las costas por los desarrollos turísticos de hoteles y muelles, la pérdida de ecosistemas completos como los manglares y humedales en el caso de la región de la bahía de Banderas (César y Arnaiz, 2004). Con todo lo anterior, se hacen importantes afecciones en la flora y fauna de los distintos ecosistemas.

En el contexto de la bahía de Banderas, Ceballos, Villaseñor y Rea (2011) han observado el cierre de playas, la venta de cerros completos y partes importantes de selvas que son devastadas con el propósito de construir desarrollos turísticos o de segunda residencia, el abuso en el consumo del agua para mantener los campos de golf. Concluyen que el turismo en la región se muestra como depredador del medio ambiente, falto de la participación de las distintas comunidades afectadas y con los mismos problemas o superiores a los de otros destinos.

La mayoría de estos impactos ambientales están altamente relacionados con aspectos de índole económica. Cuando el desarrollo turístico se acompaña de una falta de ordenamiento, de desigualdad en la distribución de las riquezas o de falta de controles, entonces es factible que se establezcan prácticas que perjudiquen el ambiente (César y Arnaiz, 2002). Por ejemplo, Ceballos et al. (2011) describen cómo es que la inversión exógena genera una devastación acelerada de los ecosistemas, ya sea para desarrollos turísticos (inversión privada) o incluso los nuevos proyectos de carreteras (inversión pública o mixta).

Estos se consideran como impactos indirectos del ámbito económico. El turismo suele tener su carta fuerte en sus atributos económicos, como: la generación de empleos, de empresas, de inversión en el territorio, de ganancia por los impuestos, recursos para la recuperación de los centros históricos e infraestructura. Algunas instancias del gobierno como el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) o la Secretaría de Turismo (SECTUR) ofrecen distintos datos que ayudan a establecer una imagen de los beneficios del turismo. Por ejemplo, se pueden obtener de la Cuenta Satélite del Turismo, que genera la INEGI, los datos de cuánto aportó el turismo al PIB nacional; también SECTUR con sus anuarios estadísticos donde encontramos los gastos, afluencia, la derrama económica, vuelos, perfil del visitante, motivo de viaje, etc.

No obstante, en México se puede apreciar una dificultad importante en cuanto a la investigación académica de conocimientos de los impactos y beneficios económicos del turismo. Los datos son poco precisos, no coinciden entre dependencias o autoridades, no están desagregados por lo que no se puede estudiar claramente los efectos del turismo en un área en particular. Muchas veces se depende también de que las empresas privadas otorguen cierta información de manera voluntaria. Incluso, tener presente la forma en la que se establecen las empresas en nuestro país o en la bahía de Banderas puede ser complicado; es decir, conocer sus estrategias de trabajo, que pueden ser inversión directa en el territorio, o el uso de franquicias o similares. Para poder hablar con propiedad y certidumbre del turismo y sus aportes económicos en la sociedad los datos deberían ser más abiertos, de lo contrario parece que el académico adquiere el discurso político sin una clara sustentación de los hechos.

En cuanto a los impactos económicos directos, se pueden nombrar: la intensidad de las importaciones para cubrir las necesidades y los estándares de las empresas turísticas, en especial la hotelería; la transformación del mercado laboral por la forma en la que se establecen nuevos tipos de empleos y de mercados laborales para la mujer; los límites que

tiene el gobierno para cubrir los servicios básicos; la atracción de población externa al territorio y los asentamientos irregulares y marginales que se van generando; la inflación de los precios en general, en especial de los bienes raíces (César y Arnaiz, 2002). Se incrementa una asimetría socioeconómica que el gobierno no puede cambiar.

Así como los aspectos económicos tienen impactos relacionados con el medio ambiente, también los tienen con el ámbito de lo social. Retomando algunos de los ejemplos antes dados, el asentamiento de colonias irregulares implica toda una serie de problemas sociales caracterizadas por la marginación, la falta de servicios, falta de iluminación en calles o seguridad. Todo lo cual se relaciona con diversidad de problemas de índole social, como altos índices de violencia, desintegración social, problemas en las familias.

Una línea de investigación, que hace una aproximación a los impactos sociales generados de forma indirecta por los impactos económicos del turismo, es el estudio de los efectos en la población de trabajadores en condiciones de precariedad laboral. Este último es un fenómeno muy común en las empresas turísticas, que se caracterizó por la subcontratación a través de outsourcing (fenómeno que se ha regulado en el actual gobierno), así como por otros fenómenos clásicos del turismo, por ejemplo, en Puerto Vallarta la estacionalidad.

También, dentro de la bahía de Banderas, Pérez, Vargas y Castro (2018), que, en una muestra de 928 trabajadores del sector turístico, el 45% de ellos se encuentran trabajando en condiciones de indefinición en su contratación, característico del trabajo precario, lo cual se relaciona con mayores niveles de sintomatología depresiva y menos apoyo afectivo. Aunado a lo anterior, Castro, Huerta y Llosa (2018) encuentran en una muestra de 213 mujeres trabajadoras del sector hotelero, más del 60% son madres solas. En su conjunto son un segmento de la población aún más vulnerable por sus niveles de educación, tipo de empleos, sueldo y condición laboral.

Las investigaciones anteriores son muestra de una larga lista que muestran como es que los empleos que genera el turismo, especialmente para las mujeres, son de baja cualificación. Para la mujer su suma que también tienen una línea marcada por su género, al tratarse de empleos de limpieza y cuidados de los otros (Huerta, Castro y Vargas, 2019). Lo anterior implica que el turismo, por un lado, ayuda a la inserción laboral de la mujer, pero, por el otro lado, refuerzan la división sexual del trabajo y la desigualdad que esto implica en la remuneración económica (Martínez, 2003; Díaz-Carrión, 2013; Mendoza y Chapulín, 2015).

Muchos de los impactos analizados hasta ahora traen consigo efectos sobre el ámbito social y cultural de la sociedad de acogida. En el estudio de los impactos del turismo, los sociales son hasta la fecha los que presenta una tendencia menos objetiva en su evaluación y análisis. Los ambientales han logrado un listado preciso de indicadores, pero los sociales no han sido claros, ni precisos. Para comprender con mayor precisión esta visión se describen en el siguiente apartado los tipos de impactos sociales estudiados por el ámbito académico, sus métodos y sus fines.

Impactos socio-culturales del turismo

No se puede hacer justicia al desarrollo turístico desde una perspectiva que busque calificar como negativo todo lo que genera el turismo en un territorio. Incluso en el ámbito de lo social y cultural en las revisiones de literatura se abordan distintos beneficios del turismo a la sociedad. Derry, Jago y Fredline (2012) y Easterling (2014), a través de la revisión de las principales publicaciones sobre los impactos del turismo, encontraron que los académicos se interesaron en cómo es que el turismo ha incrementado la comprensión entre distintas culturas, cómo revitaliza prácticas culturales que comenzaban a abandonarse, todo lo cual refuerza la identidad cultural de la población residente y puede llevar a un incremento de la cohesión en la comunidad.

También encuentran que se da un incremento en la cantidad de oferta de productos culturales, si bien van principalmente dirigidos al turista, estos también pueden ser aprovechados por los locales. Este cruce genera un mayor nivel de interacción entre las culturas, lo cual se suele calificar positivamente por una ganancia en experiencias por ambas partes. Sin embargo, estos beneficios socioculturales no son siempre evaluados de forma positiva, sino que bajo ciertos contextos traen impactos negativos, como la pérdida de identidad, la mercantilización de la cultura, rituales y tradiciones, o el abandono de lenguas (Derry et al., 2012).

Se han enlistado beneficios que se encuentran ampliamente relacionados con aspectos económicos. Por ejemplo, la generación de empleos, que las mujeres tengan una amplia variedad de oportunidades para integrarse a la población económicamente activa, la renovación de edificios, calles y servicios públicos. Sin embargo, una vez más, se debe establecer que estos beneficios suelen acompañarse de ciertos problemas también. Por ejemplo, la manera en la que se distribuyen los servicios y la renovación de edificios y calles suele ser sobre las áreas dedicadas al turismo (Pérez-Campuzano, 2010; Baños, 2019). También pueden quedar en entredicho los aspectos positivos de la generación de empleo, recordemos los estudios de precariedad laboral ya mencionados (Pérez et al., 2018; Castro et al., 2018).

El turismo en la actualidad ha logrado resultados económicos rápidos y de alta generación de empleos, incluso en territorios en donde no existía aún un desarrollo social, ni económico importante. Pero aquellos territorios que se especializan en el turismo suelen ser vulnerables a sucesos desafortunados como fenómenos naturales o la pandemia. Es decir, la sobre especialización sobre el turismo es en sí misma un problema socioeconómico de dependencia (César y Arnaiz, 2002).

La evolución de los destinos también tiene implicaciones. César y Arnaiz (2002) describen el caso de San Pedro en Ambergris, Belice, en donde los comienzos del turismo significaron diversos beneficios, pero conforme este se establece y los nuevos inversores desplazan a los locales, estos pasan a ser un grupo marginado. Se intensifica una estratificación social y se dan choques generacionales importantes. Todo lo cual afecta de forma general a los locales y a las clases medias para abajo, puesto que el incremento en precios es generalizado: al costo de vida, rentas, valor de las propiedades, transportación.

El turismo también representa una larga lista de impactos considerados sociales directos, como es el caso del incremento de personas en las plazas públicas, la falta de

espacios de estacionamiento, el aumento de los niveles de sonido, la congestión de tránsito, el número de personas en tiendas, en restaurantes u otros negocios (Medina y Arnaiz, 2017). Otros impactos relevantes son los efectos de exposición del estilo de vida del turista, así como de los deseos o posibles “necesidades” de los mismos. Algunos ejemplos son el aumento en el consumo de alcohol, de otro tipo de sustancias ilegales, las apuestas o el juego y la prostitución (Derry et al., 2012; Easterling, 2014).

Considerando lo anterior, parecería que existe una maldición en el triunfar rápidamente en el turismo, puesto que genera un crecimiento acelerado y genera los distintos impactos mencionados, todo lo cual parece reflejarse en una sociedad periférica que se caracteriza por niveles superiores de marginación, rápido crecimiento que empuja a una falta de cohesión, de servicios y, en cambio, niveles altos de crimen, violencia y otros problemas de índole psicosocial. Pero estas últimas ideas no son comunes en el ámbito académico del estudio de los impactos sociales del turismo. Parece relevante preguntarnos, ¿Cuáles son algunos de los problemas que se encuentran en estos estudios? En primera instancia, muchos desean reducir los efectos del turismo a aquellos efectos que podrían catalogarse como directos y de ser posible inmediatos y observables en una relación simple de causa y efecto. Esta forma de reduccionismo parece invitar a una visión simple del turismo en el territorio. Se sostiene que es errada y genera limitaciones.

Esta visión podría estar explicada, en parte, a dos tendencias fuertes dentro de la investigación de los impactos sociales, la de llevar a cabo investigaciones de corte cuantitativo y llevados a cabo con cuestionarios como instrumentos de medición. Lo cual implica que son en su mayoría investigaciones no experimentales transversales. Esta primera tendencia es la de una simplicidad metodológica. La segunda tendencia que nombraría es de índole política, en la que en apariencia no se desea profundizar demasiado en los aspectos negativos del turismo, en cambio, sí se aprecian las oportunidades de resaltar los beneficios.

Por ejemplo, Lankford y Howard (1994) generan una escala para medir la actitud de los residentes en cuanto a los impactos del turismo. Es un buen ejemplo para su análisis, ya que presentan una escala amplia, que aborda distintos aspectos positivos y negativos, así como un análisis global del turismo como deseable o no. Sin embargo, también adolece en parte de algunos de los problemas comunes en el área de estudio. Primero, presenta problemas metodológicos en la forma en la que trabaja los análisis estadísticos, puesto que dividen la escala en dos factores, el primero es en apariencia impactos económicos, mientras que el segundo parece que fuese todo lo que no entre en el otro factor: impactos sociales, beneficios sociales, impactos ambientales, beneficios culturales, deseabilidad de crecimiento económico a través del turismo, evaluación global del turismo, etc. Es decir, no existe una base conceptual sólida. Dejando ese aspecto de lado, pues podría argumentarse erradamente que todos los reactivos hablan, al fin y al cabo, sobre turismo. Se encuentra que diferentes preguntas se formulan sobre “lo que podría ser”, y no tanto sobre lo que ya es, por ejemplo: “Planear puede controlar los impactos”. Esto genera la ilusión de que se tiene una perspectiva positiva del desarrollo en el territorio, cuando es posible que fuese negativa. Estos problemas se han arrastrado a investigaciones llevadas a cabo en nuestro contexto y merecen una reflexión más profunda.

Una de los principales y generalizadas limitaciones es que ciertos impactos que pueden ser medidos de forma objetiva o directa son evaluados sólo desde la percepción del

residente (Ejemplos: Lankford y Howard, 1994; Gursoy y Rutherford, 2004; Kim, Uysal y Sirgy, 2013; Ribeiro, Pinto, Silva y Woosnam, 2017; Ouyang, Gursoy y Chen, 2019). Lo cual se apoya en el interés de los investigadores por la actitud del residente hacia el turismo, pero dejan de lado la posibilidad de evaluar la evolución de los impactos objetivos en el territorio. Este problema es especialmente evidente en las dimensiones económica y social, en donde no existen suficientes indicadores objetivos de dichos impactos o no se busca hacer un cruce de fuentes de información.

Continuando con el análisis de los problemas identificados, en ocasiones algunos autores miden aspectos que más bien entran en la categoría de beneficios y no como impactos (pero les bautizan impactos económicos o sociales), es el caso de Kim et al. (2013). También existe una clara tendencia por los impactos que son directos. Aunque, en ocasiones, cuando se busca ir más allá de los impactos directos, como el caso de Gauna (2017) con un reactivo para la desintegración familiar, se encuentra que estas variables no son apreciadas de forma significativa por la población en general como impactos sociales del turismo. A caso, ¿todo el impacto social solo se le puede denominar así en la medida en la que es percibido como tal por el residente? Es decir, si no lo perciben como impacto entonces queda fuera del análisis. Como modelo de desarrollo de una sociedad toda, el turismo convendría ser estudiado más allá de los efectos directos y evidentes para el residente.

Lo cierto es que, el objetivo de la investigación es el que puede dictar que tanto se desea profundizar en alguno de los impactos del turismo, la cantidad de preguntas para tener una evaluación amplia o general. Sin embargo, se considera que hacen más justicia a la verdad aquellas aproximaciones con preguntas sobre lo que es y no sobre lo que podría ser; y también aquellas investigaciones que utilizan un espectro que va de lo positivo hacia lo negativo, sin encubrir “impactos” con reactivos que evalúan la presencia o no de los posibles beneficios. Hay que tener presente que la existencia de beneficios no implica la ausencia de los impactos negativos. Un buen ejemplo es el estudio de Molina-Murillo (2019) con su escala corta, pero que abarca adecuadamente aspectos positivos y negativos.

Antes abordé dos problemas generales, la simplicidad metodológica y la tendencia a minimizar los impactos del turismo. Ambos se ven reflejados en los distintos problemas descritos en las escalas. Algunos autores, proponiendo nuevos caminos en el estudio de los impactos, han hablado de la importancia de desarrollar mayor investigación cualitativa (Derry et al., 2012). Se comparte esta opinión, pero no sin antes hacer mención de que el análisis debe profundizarse a nivel conceptual. Tómese el caso de Monterrubio, Mendoza, Fernández y Gullele (2011) en donde se utiliza una metodología cualitativa, pero se busca sólo sobre los impactos directos evidentes y utilizados de forma clásica en las escalas de impactos sociales del turismo, lo cual limitó la oportunidad de comprender los mismos y hacer nuevas aportaciones al tema.

El análisis anterior parece guardar un nivel descriptivo de los problemas. Para buscar una posible causa se analizará el fin u objetivo general con el que se busca trabajar el ámbito de los impactos del turismo. Las investigaciones en torno a los impactos del turismo, en especial los sociales y económicos, son en sí mismo herramientas o los medios para un problema que ha acaparado los reflectores en el turismo: la actitud del residente hacia el turista y/o el turismo en general, como base y medio de desarrollo en la comunidad o región receptora.

Una actitud es el resultado de la valoración positiva o negativa respecto de lo que se percibe o se vive. Esta actitud puede ser con un resultado intenso que motive hacia una u otra acción. En cuanto al turismo, se busca conocer los niveles y la valoración positiva o negativa que el residente tiene respecto del turista o el desarrollo turístico en su comunidad/región. Suele acompañarse, cuando existe una teoría de por medio (que es en pocos casos), por la teoría de Intercambio Social (Gursoy y Rutherford, 2004). Esta sostiene que, si el individuo calcula que los beneficios obtenidos son superiores a los costos, entonces estará dispuesto a realizar el intercambio.

La explicación (justificación y/o pertinencia de los estudios), a grandes rasgos, dicta que: el turismo es un agente de desarrollo económico clave en el desarrollo de los países y regiones en la actualidad. Para que el turismo genere desarrollo exitoso en el territorio, entonces debe existir un equilibrio dado por buenas relaciones entre todos los implicados, el turista, las personas y lugares con quienes se relaciona, las empresas, los gobiernos. Este equilibrio, que se resume en lo que el residente reporta como una actitud positiva, implica que el desarrollo turístico está siendo aplicado de forma adecuada y que el mismo residente pondrá de su parte para que el turismo siga siendo exitoso. De lo contrario, el residente desarrollaría una actitud negativa hacia el turismo y con ello la calidad del destino disminuiría. Si bien lo anterior es el punto de partida de la mayoría de las investigaciones sobre actitudes, no tiene a la fecha muchas investigaciones que le apoyen (Sharpley, 2014). Así mismo, estos resultados deberían de traducirse a su vez en políticas o en planeación, pero ello es aún menos común (Harril, 2004).

Ahora, se puede apreciar que, los estudios del impacto del turismo en la sociedad de acogida son integrados a este modelo como parte de los costos del desarrollo turístico en un territorio, que vendrían a desequilibrar el desarrollo turístico. Aquí la crítica que se realiza es que el énfasis termina casi de forma exclusiva sobre la percepción del residente, para ser más exactos sobre el promedio de percepción. Entonces, en aquellos casos en donde los residentes estén “felices” de aceptar los costes sociales, culturales, económicos o ambientales, estaríamos ante una sociedad de acogida contenta, deseosa de aceptar y atender las necesidades del turista y de sobrellevar los cambios en la localidad. En esta línea de análisis parece que se logra el objetivo y se concluye la tarea. No obstante, habría que preguntar si todo aquello que la sociedad de acogida esté dispuesta a aceptar es, en realidad, bueno para la sociedad y su desarrollo.

Lo expuesto parece explicarse por un fuerte peso político, con fundamentación económica, para que se mantenga esta visión y sus líneas de trabajo sobre el estudio de los impactos del turismo. Pero existe también otras aproximaciones que plantean una perspectiva más amplia o completa del problema. La más utilizada es la de calidad de vida. Incluso, comienza a formar parte de los modelos explicativos de los impactos del turismo, en donde es la variable que media entre las actitudes hacia el turismo y el nivel de apoyo que se tiene por las estrategias de desarrollo turístico (Derry et al., 2012).

Los estudios de calidad de vida buscan echar luz y mayor relevancia a ciertas variables que no parecen guardar una relación directa, inmediata o evidente con los impactos del turismo. Trabajos como Kim et al. (2013) y Ouyang et al. (2019) incluyen, dentro de su investigación sobre la calidad de vida, variables como vida comunitaria, vida emocional,

salud, seguridad, satisfacción con la vida. Se puede apreciar una visión más integral del ser humano y sus necesidades psicosociales.

Aunque es evidente que el estudio de los impactos del turismo es un medio para lograr el apoyo del residente al desarrollo turístico, al menos, se aprecia la importancia del bienestar del individuo como elemento clave. Se sostiene que, en este sentido, la investigación del turismo y sus impactos toma un papel de investigación aplicada al problema del turismo como estrategia de desarrollo. Pero que pareciera que comprender los impactos desde otras perspectivas y/o metodologías perdiese interés por tratarse tal vez de una investigación básica, sin aplicación directa. Esta opinión solo se sostiene en la medida en la que se mantenga la visión de tener como concepto central el de percepción del residente, sin buscar forma de complementarle y comprender los impactos del turismo a profundidad.

El estudio de los impactos sociales en Latinoamérica

Hasta ahora se ha llevado a cabo diferentes observaciones que bien podrían implementarse en estudios sobre el impacto del turismo independientemente de la región. Son en general conceptuales o metodológicas. Pero falta evaluar cuáles podrían ser las particularidades para el contexto latinoamericano. Tal vez habría que decir que no se pueden colocar todos los destinos en un mismo paquete “latino”, pero la visión aquí presentada bien puede plantear la base general en la cual se desenvuelven todos los destinos en dichos países.

Esta visión es desarrollada y descrita en diferentes publicaciones por Alfredo César y Stella Arnaiz (César y Arnaiz, 2002; Arnaiz y César, 2009; Arnaiz, 2010; César, Arnaiz y César, 2017). En el mundo, desde el siglo pasado, gracias a los importantes avances tecnológicos se ha producido un acelerado proceso de globalización del sistema económico capitalista. Este cada vez más rápido y de forma más eficiente va integrando territorios de los países latinoamericanos, y el turismo es una de las estrategias del mercado más moderna capaz de aprovechar todos los recursos naturales y culturales que la sociedad de acogida pueda ofrecer, al tiempo que no cambia las condiciones socioeconómicas preexistentes, como la desigualdad, pobreza, salarios bajos, etc. Se establece en el territorio como una nueva forma de colonización.

De esta manera, a pesar de que las propuestas de desarrollo pueden ser deseadas, planeadas e implementadas por los gobiernos locales, se generan las transformaciones poco deseadas en el territorio, puesto que se suma a la dinámica económica del capitalismo global: la producción incesante de ganancias.

En México la FONATUR procuró generar cambios en el territorio y su desarrollo, así otros países le han utilizado también. Como se verá en el caso de Colombia, al igual que en México las transformaciones que genera el turismo suelen cambiar la dinámica del destino sin prestar mayor importancia en los deseos o necesidades de las poblaciones de acogida. Oliveros-Ocampo, Chávez y Bravo (2020) buscando una relación entre el conflicto armado y la presencia de turistas en áreas naturales protegidas encontraron una época en la que la correlación era inversa a la esperada. Concluyen que el Estado utilizó al turismo como una estrategia de control del territorio, incluso como un mediador entre la rápida y agresiva recuperación del territorio y los ataques del conflicto armado. Observan también que la propuesta de desarrollo turístico fue puesta sobre la demanda y no sobre la población local.

Las transformaciones que se generan tras la entrada del turismo a un territorio son de gran magnitud en los contextos de subdesarrollo como es el caso de Latinoamérica. Para estudiar al turismo y sus impactos debe ponerse sobre la mesa de análisis a la sociedad en su conjunto y sus transiciones, así como sus diversos actores. Existen para cada disciplina diferentes formas en las que estas se podrían apreciar, por ejemplo, desde ciencias económicas y administrativas la presencia de actores locales, nacionales e internacionales tiene implicaciones distintas en cómo se constituye la dinámica económica de una localidad.

En cuanto a la psicología social y las ciencias relacionadas, existe mucho por hacer para comprender las transformaciones en las relaciones interpersonales a nivel comunitario, empresarial y familiar, y sus múltiples relaciones con el ajuste psicosocial o calidad de vida. De hecho, existen ya algunas investigaciones que comienzan a prestar atención sobre las características a nivel comunitario. El turismo comunitario ha sido utilizado como el punto de contacto para estudiar la relación entre comunidad y turismo, pero ha crecido principalmente hacia los impactos o relaciones que guarda el turismo ecológico como modelo de desarrollo para pequeñas comunidades.

En los estudios al respecto se identifican varias publicaciones que utilizan el concepto de comunidad de forma intercambiable con localidad o pueblo o ciudad, sin abordar de forma alguna en su estudio ni un análisis de distintas comunidades geográficas o no geográficas, ni tampoco características clásicas en los estudios sobre comunidades, como cohesión, participación o apoyo de la comunidad. También se observan los otros problemas antes vistos, como la utilización de escalas con un factor denominado comunidad, pero que las preguntas hacen alusión a aspectos de índole económica (Kim et al., 2013). Algunos otros estudios sí presentan análisis sobre alguno de los aspectos de la comunidad, aunque sin profundizar mucho en la comunidad misma, como es el caso de Rasoolimanesh, Ringle, Jaafar y Ramayah (2017) en donde buscan la relación entre participación de la comunidad en la toma de decisiones y la percepción de beneficios y costos del turismo.

Sin embargo, lo que se puede percibir es una tendencia a tomar como variable relevante el papel de la comunidad. Algunos estudios comienzan a abrir el camino colocando incluso en el centro del análisis múltiples aspectos de la comunidad. Rasoolimanesh, Rondán, Jaafar y Ramayah (2016) por ejemplo hacen comparaciones entre comunidades geográficas (urbanas y rurales) respecto a la influencia de la participación comunitaria sobre la percepción de impactos. También trabajan con una diversidad de variables comunitarias, con las que pueden apreciar mejor el papel que tiene el apego a la comunidad y la participación, así como las actitudes hacia la cultura, sobre la percepción de impactos y el apoyo hacia los proyectos turísticos (Rasoolimanesh, Jaafar, Kock y Ahmad, 2016). Por su cuenta, Olya, Alipour y Gavilyan (2018) realizaron un estudio comparativo entre distintas comunidades por profesión (trabajadores del gobierno, trabajadores en el turismo, artesanos y agricultores) e identifican en qué nivel influye en cada una sus niveles de apego a la comunidad, participación en la comunidad, percepción de beneficios y costos del turismo, sobre el apoyo que muestran hacia el desarrollo de turismo sustentable en su comunidad.

Así como se ha ido incrementando el papel de la comunidad en el análisis de los impactos del turismo, también se propone se consideren otro tipo de grupos, como la familia, empresas, organizaciones, iglesias. Son pocos los estudios que analizan los cambios en el núcleo familiar dados por las transformaciones sociales que trae consigo el turismo. Kousis

(1989) encontró que la influencia económica genera cambios importantes, como aquellos conocidos como conflictos generacionales en la medida en la que los hijos desean girar hacia el turismo, también cambios por la inserción de la mujer al trabajo, la libertad sexual y los cambios en la forma de relacionarse de los extranjeros respecto de las relaciones tradicionales del territorio.

Consideraciones finales

Se habla de consideraciones generales y particulares porque la extensión de los temas analizados así lo requieren. En primera instancia el análisis de las múltiples oportunidades en el ámbito del estudio de los impactos sociales del turismo. Después, en lo particular, lo que se puede llevar a cabo en nuestros contextos latinoamericanos, particularmente en uno: la bahía de Banderas.

El estudio de los impactos sociales del turismo es un terreno muy fértil. Apenas quieren consolidarse algunas propuestas teóricas y modelos. Otra señal de sus posibilidades es el poco avance logrado en ámbitos del desarrollo social, como la comunidad y la familia. Pero principalmente se presenta la oportunidad de realizar apreciables aportaciones epistemológicas. Con esto se incluye desde luego los aspectos metodológicos vistos en el presente trabajo: como la redacción de reactivos y formación de factores en las tan utilizadas escalas y las relaciones que plantean. También, la distinción de los niveles de análisis, en el sentido de que una misma comunidad está constituida por varios grupos de personas que representan intereses diversos y con ello mostraran actitudes diferenciadas (Olya et al., 2018).

Uno de los principales problemas detectado es el de la población objeto de estudio, en muchos trabajos la población es la de turistas, para conocer sus niveles de satisfacción con el destino. También, se identificó que la población de acogida suele ser encuestada con el fin de identificar su nivel de satisfacción con el turismo, por lo que no existen propuestas que se ocupen de impactos del turismo que no son identificados como tal por la población de acogido. También, se debe considerar que estas investigaciones toman como criterio principal datos estadísticos como la media poblacional, que en un número importante de ocasiones invisibiliza a la población insatisfecha o afectada por el desarrollo turístico en el territorio.

Sin embargo, el énfasis debería colocarse en el ámbito de lo conceptual y, con ello, también el papel del investigador como actor en el desarrollo del turismo. Es decir, su influencia política. No basta con tomar una postura neutral, que entienda al turismo como una herramienta ni buena ni mala (postura poco común, pues se aprecia una postura favorable hacia el turismo), sino que es relevante una reflexión que lleve al cómo del turismo sustentable. El cual, académicamente, lleva la batuta de la buena praxis. Pero muchos proyectos dejan ver una falta de interés sobre sus reales implicaciones en la implementación, se presenta la utilización del adjetivo indistintamente del modelo de aplicación. No obstante, existen muy buenos trabajos de investigación y de aplicación de turismo sustentable, pero estos suelen poner el énfasis de su evaluación en indicadores de tipo ambiental, así como en los económicos, no así en los sociales.

Desde luego que esta visión no implica comenzar a tomar una postura negativa, sino que hasta para defender lo bueno se requiere más seriedad académica y rigurosidad metodológica: un fundamento en el porqué es tan bueno, que incluso a pesar de lo malo, es deseable; o cómo modificar y mejorar su aplicación en turismo de masas o territorios en donde se presenta de manera hegemónica y dominante sobre los otros sectores. La respuesta no puede quedar resuelta desde estudios de satisfacción del residente y menos del turista. El turismo tiene mucho que ofrecer, pero se debe poder analizar con claridad y honestidad sus diversos problemas, de lo contrario no se avanzará en su comprensión ni en su mejor implementación.

El ámbito conceptual también aborda en lo particular la forma de clasificar o división abstracta de los impactos del turismo. No se puede separar al 100% los impactos ambientales de los sociales y de los económicos. Se debe de integrar en un modelo que los explique en sus relaciones y forma de interactuar. Lo cual requiere ir progresando hacia modelos más integrales, y no lineales. Para la implementación de dichos modelos también se debe cambiar la forma de trabajar, con la creación de equipos multidisciplinarios, que sienten la base con trabajo colaborativo para la consolidación de productos de investigación transdisciplinarios. Esta aproximación permitiría que varias ciencias sociales aporten a la reestructuración del modelo de desarrollo turístico, actualmente dominado por economistas y administrativas o por otras áreas disciplinares como las ambientales y biológicas.

Por ejemplo, en la bahía de Banderas se tienen diversos escenarios en donde se podrían implementar propuestas de modelos y metodológicas de mayor complejidad. Se cuenta también con las condiciones académicas, en el sentido de que existen diversas disciplinas desarrollándose en un mismo centro universitario (Centro Universitario de la Costa de la UdeG y otras universidades presentes en el territorio). Todo lo anterior otorga las condiciones concretas para el estudio de las comunidades, de las familias, de las empresas, de las personas. También se cuenta con el posgrado en Ciencias para el Desarrollo, la Sustentabilidad y el Turismo, en el cual se puede apreciar en sus líneas de generación del conocimiento la de “Sociedades en transición”, la cual se puede entender cómo un acierto para el trabajo multidisciplinario que se requiere.

En el presente trabajo se han utilizado, publicaciones de revistas relacionadas o especializadas al turismo de buen nivel, así como enfocadas con el contexto de la bahía de Banderas, e incluso con investigadores que forman parte de la Universidad de Guadalajara (UdeG), del Centro Universitario de la Costa (centro de la UdeG establecido en Puerto Vallarta), así como de investigadores del núcleo académico del posgrado en Ciencias para el Desarrollo, la Sustentabilidad y el Turismo. Lo cual muestra que se cuentan con todos los ingredientes para desarrollar un proyecto común. La voluntad política de los diversos actores académicos y extra académicos, así como el liderazgo que guíe el proyecto pueden surgir dentro de la fila de investigadores que ya llevan a la fecha años de colaboración. Se puede concluir que el problema entonces abarca el interés y habilidad del gremio de la academia, pero también debe abordar y generar lazos de trabajo con las demás instancias en la sociedad, como la población misma.

Referencias

- Arnaiz B., E. M.** (2010) 'El observatorio y la realidad en el universo del turismo', en Núñez M., P. y Arnaiz B., S. M. (Eds.), *Impactos y dimensiones del turismo*. México, Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.
- Arnaiz B., S. M. y César D., A.** (2009) *Geopolítica, recursos naturales y turismo. Una historia del Caribe mexicano*. México, Puerto Vallarta. Universidad de Guadalajara.
- Baños F., J. A.** (2019) 'Territorio, turismo y transformaciones urbanas. Apuntes para una gestión alternativa para Puerto Vallarta, México', *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Territorios*, 11(17), pp. 147-163.
- Castro C., R., Huerta Z., C. G. y Llosa F., J. A.** (2018) 'Condiciones laborales de madres solas y madres de familias nucleares: Un estudio comparativo', en Universidad Nacional Autónoma de México, *Condiciones sociales, empobrecimiento y dinámicas regionales de mercados laborales*, México. Instituto de Investigaciones Económicas.
- Ceballos C., L. A., Villaseñor P., B. A. y Rea R., C. R.** (2011) 'Los impactos medio ambientales del turismo en Bahía de Banderas. Una reflexión en torno a la degradación del patrimonio natural y su incidencia en la calidad de vida', en S. M. Arnaiz B. y C. R. Virgen A. (Eds.), *Sociedad naturaleza y turismo*. México, Puerto Vallarta. Universidad de Guadalajara.
- César D., A. y Arnaiz B., S. M.** (2002) *Globalización, turismo y sustentabilidad*. México, Puerto Vallarta. Universidad de Guadalajara.
- César D., A. y Arnaiz B., S. M.** (2004) *Bahía de Banderas a futuro, construyendo el porvenir 2000-2025*. México, Puerto Vallarta. Universidad de Guadalajara.
- César D., A., Arnaiz B., S. M. y César A., F.** (2017) *Capitalismo, sociedad y turismo*. México, Puerto Vallarta. Universidad de Guadalajara.
- Derry, M., Jago, L. y Fredline, L.** (2012) 'Rethinking social impacts of tourism research: a new research agenda', *Tourism Management*, 33, pp. 64-73.
- Díaz-Carrión, I. A.** (2013) 'Mujeres y mercado de trabajo del turismo alternativo en Veracruz', *Economía Sociedad y Territorio*, XIII(42), pp. 351-380. doi: 10.22136/est00201353.
- Easterling, D.** (2014) 'The residents' perspective in tourism research', *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17(4), pp. 45-62.
- Gauna R., C.** (2017) 'Percepción de la problemática asociada al turismo y el interés por participar de la población: caso Puerto Vallarta', *El Periplo Sustentable*, 33(2), pp. 251-290.
- Gursoy, D. y Rutherford, D. G.** (2004) 'Host attitudes toward tourism. An improved structural model', *Annals of Tourism Research*, 31(13), pp. 495-516.
- Harril, R.** (2004) 'Residents' attitudes toward tourism development: a literature review with implications for tourism planning', *Journal of Planning Literature*, 18(251), pp. 251-266.
- Huerta, C. G., Castro, R. and Vargas, E.** (2019) 'Incertidumbre laboral y apoyo social: estudio

- comparativo entre madres solas y madres de familias nucleares', in *Migración, cultura y estudios de género desde la perspectiva regional*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Kim, K., Uysal, M. y Sirgy, M. J.** (2013) 'How does tourism in a community impact the quality of life of community residents?', *Tourism Management*, 36, pp. 527-540.
- Kousis, M.** (1989) 'Tourism and the family in a rural Cretan community', *Annals of Tourism Research*, 16, pp. 318-332.
- Lankford, S. V. y Howard, D. R.** (1994) 'Developing a tourism impact attitude scale', *Annals of Tourism Research*, 21, pp. 121-139.
- Martínez, B.** (2003) 'Género, sustentabilidad y empoderamiento en proyectos ecoturísticos de mujeres indígenas', *Revista de Estudios de Género. La ventana*, (17), pp. 188-217.
- Medina, L. T. and Arnaiz, S. M.** (2017) 'Una aproximación a la situación turística en la región de Bahía de Banderas, México', *Turismo y Sociedad*, 20, pp. 105-130. doi: 10.18601/01207555.n20.06.
- Mendoza, M. M. and Chapulín, J. de V.** (2015) 'Turismo, trabajo femenino y empoderamiento de las mujeres en bahías de Huatulco, Oaxaca - México', *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(2), pp. 316-335.
- Molina-Murillo, S. A.** (2019) 'Certificación turística sostenible y los impactos socioeconómicos percibidos por hoteles en Costa Rica', *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(2), pp. 363-372.
- Monterrubio, J. C., Mendoza, M. M., Fernández, M. J. y Gulleto, G. S.** (2011) 'Turismo y cambios sociales. Estudio cualitativo sobre percepciones comunitarias en Bahía de Huatulco, México', *Cuadernos de Turismo*, 28, pp. 171-189.
- Oliveros-Ocampo, C. A., Chávez, R. M. y Bravo, M. L.** (2020) 'Sensitivity analysis of the Colombian tourism marked: natural national parks in a context of armed conflict', en M. Korstanje y H. Seraphin (Eds.), *Tourism, terrorism and security*. Bingley, UK. Emerald Publishing Limited.
- Olya, H. G., Alipour, H. y Gavilyan, Y.** (2018) 'Different voices from community groups to support sustainable tourism development at Iranian World Heritage Sites: evidence from Bisotun', *Journal of Sustainable Tourism*.
- Ouyang, Z., Gursoy, D. y Chen, K.** (2019) 'It's all about life: exploring the role of residents' quality of life perceptions on attitudes toward a recurring hallmark event over time', *Tourism Management*, 75, pp. 99-111.
- Pérez-Campuzano, E.** (2010) 'Segregación socio especial en ciudades turísticas, el caso de Puerto Vallarta, México', *Región y Sociedad*, 22(49), pp. 143-176.
- Pérez R., S. P., Vargas J., E. y Castro C., R.** (2018) 'Estudio comparativo entre trabajadores de la hotelería de contrato temporal y contrato indefinido: su salud mental y apoyo social' en Universidad Nacional Autónoma de México, *Condiciones sociales, empobrecimiento y dinámicas regionales de mercados laborales*. México. Instituto de Investigaciones Económicas.

- Rasoolimanesh, M., Jaafar, M., Kock, N. y Ahmad, A. G.** (2016) 'The effects of community factors on residents' perceptions toward World Heritage Site inscription and sustainable tourism development', *Journal of Sustainable Tourism*.
- Rasoolimanesh, M., Rondán, J. L., Jaafar, M. y Ramayah, T.** (2016) 'Factors influencing residents' perceptions toward tourism development: differences across rural and urban World Heritage Sites', *Journal of Travel Research*, pp. 1-16.
- Rasoolimanesh, M., Ringle, C. M., Jaafar, M. y Ramayah, T.** (2017) 'Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development', *Tourism Management*, 60, pp. 147-158.
- Ribeiro, M. A., Pinto, P., Silva, J. A. y Woosnam K. M.** (2017) 'Residents' attitudes and the adoption of pro-tourism behaviours: The case of developing island countries', *Tourism Management*, 61, pp. 523-537.
- Sharpley, R.** (2014) 'Host perceptions of tourism: a review of the research', *Tourism Management*, 42, pp. 37-49.

La Feria Nacional de San Marcos: Espacio Social-Urbano

Fernando Padilla Lozano¹

Pablo Gutiérrez Castorena²

Brisa Herminia Campos Aceves³

Resumen

El presente trabajo aborda referentes sobre la estructuración socio espacial de la Feria Nacional de San Marcos. El texto deriva de la investigación denominada Cultura y Desarrollo Urbano en la Ciudad de Aguascalientes, en la cual se definen las dimensiones culturales del desarrollo urbano como cambio de patrones, conductas y hábitos observados en la población a partir de la transformación morfológica de la ciudad y las dimensiones que modifican el entorno cotidiano y orientan el uso del tiempo libre, así como el uso de la ciudad, los espacios, la infraestructura y los servicios. Se considera cómo ha evolucionado y que cambios se observan en el área de la Feria Nacional de San Marcos que se desarrolla anualmente en un espacio urbano desde el centro y hacia el poniente de la ciudad de Aguascalientes, para contribuir en la comprensión del proceso de cambio en esta ciudad, que transformó radicalmente su área física espacial, proporcionando una nueva estructura urbana, que a su vez, de la misma forma que ha crecido la ciudad se observa en proporción la expansión del área de la Feria Nacional de San Marcos, su infraestructura ha rebasado límites asignados históricamente por tradición. Si bien transforma por varios días a los aguascalentenses y a los forasteros, para convivir todos juntos, formando una masa que convierte esta área en punto de reunión social, las formas de disfrutar y vivir la temporada de Feria cambian de acuerdo al devenir socioeconómico y cultural.

Conceptos clave: 1. Ocio, 2. Fiesta, 3. Espacio Público, 4. Feria, 5. Turismo.

"Coincidimos una primavera con la Feria de San Marcos en Aguascalientes, aquél es un mundo de desafíos, apuestas, machismos y azar extremos: un perpetuo todo o nada".

Carlos Fuentes

Introducción

El espacio público se percibe como escenario de la vida pública, punto de referencia para la libre expresión, las artes, en conjunto hacer comunidad. El derecho a la ciudad es vivirla y la vida de esta nace en el espacio público. Es por excelencia el punto donde se genera por más usuarios un sentimiento de identidad y pertenencia hacia el territorio, donde el imaginario

¹ Doctor en Ciencias Sociales. Profesor investigador Departamento de Sociología y Antropología, Universidad Autónoma de Aguascalientes. fpadilll@correo.uaa.mx

² Doctor en Ciencias Sociales. Profesor investigador Departamento de Sociología, Universidad Autónoma de Aguascalientes. pgutier@correo.uaa.mx

³ Doctora en Ciencias Políticas y Administración Pública. Profesora investigadora Departamento de Ciencias Políticas y Administración Pública, Universidad Autónoma de Aguascalientes. bhcampos@correo.uaa.mx

colectivo es mayor, es y ha sido el escenario de la historia local o nacional en muchos de sus casos. El espacio público es el escenario de la cultura urbana (Rogers, 2012 citado por Acosta, 2020).

La ciudad continúa creciendo, se ha modificado el espacio y con ello las actividades económicas y sociales, dejó de ser la ciudad compacta con espacios públicos privilegiados de los tiempos de la colonia, ahora es una ciudad dispersa y confusa llena de zonas industriales, marcada por densos complejos habitacionales para la clase obrera y exclusivos desarrollos habitacionales destinados para las clases más acomodadas. De la misma forma que ha crecido la ciudad, se observa la expansión del área de la Feria Nacional de San Marcos, su infraestructura ha rebasado límites asignados históricamente por tradición. Las formas de disfrutar y vivir la temporada de feria han cambiado, son distintas porque se adapta el consumo a las nuevas formas culturales y económicas. La propia sociedad ha cambiado.

El área de la Feria Nacional de San Marcos representa un espacio-tiempo (asimilado por todos, principalmente por la juventud) que rompe con el paradigma inexorable de que la noche es para dormir y recuperar energías; así, la noche Sanmarqueña se vive de incontables maneras en este espacio público de la ciudad. Prácticamente se convierte en una microciudad marcada por el significado de su espacio físico y las vivencias que en él son posibles. En ese sentido, hombres y mujeres, sean niños, jóvenes o viejos, experimentan la feria de diferentes maneras; para cada uno de ellos la feria no es la misma, especialmente porque la esencia de la feria es la noche. Durante el día, la feria adquiere un ambiente menos dinámico.

El disfrute y el placer descansa sobre la dicotomía cuaresma/carnaval. Dada la visión racionalizadora que rige a occidente desde el surgimiento del capitalismo; el tiempo dedicado al placer es algo que se “gana” una vez cumplidas las responsabilidades asignadas socialmente. La oposición trabajo/fiesta tiene tras de sí la oposición esfuerzo/placer y en el fondo la dicotomía entre lo sagrado y lo profano. La fiesta en la que se derrocha funciona, funciona como el premio por haber acumulado con anterioridad (Rodríguez 2003: 4). Así, se da ocasión a que todo tipo de gente que busca esparcimiento, salga de la rutina.

Se observan en el área de la Feria Nacional de San Marcos, en la ciudad de Aguascalientes, para contribuir en la comprensión del proceso de cambio en esta ciudad que transformó radicalmente su área física espacial, proporcionando una nueva estructura urbana, que a su vez (igual que la feria) ha intensificado su influencia en el ámbito regional. El crecimiento acelerado del área urbana y poblacional de la ciudad de Aguascalientes tiene en consecuencia desequilibrios en las interrelaciones sociales, provocando modificaciones sociales observables en el estilo de vida de la población, y sobre todo en su consumo cultural, de tal forma que la lógica de urbanización observada hasta ahora ha provocado un cambio social caracterizado por el crecimiento de la población y la segmentación del espacio urbano.

Se experimenta un gran crecimiento urbano en la ciudad de Aguascalientes y además se observan cambios en las instituciones y en la vida cultural. Estos dos elementos combinados favorecen el giro hacia la cultura urbana. Frente a la cada vez más frecuente pérdida de significación de los lugares de uso colectivo tradicionales como los parques públicos, alamedas y los cambios del perfil arquitectónico, los actores urbanos adoptan prácticas espaciales, las cuales constituyen la vida cotidiana de la ciudad.

La feria es fiesta

La feria de San Marcos como evento sociocultural es lo que Villardy (1987) llama fiesta esencia, pues en mayor o menor medida presenta los siguientes rasgos: tiene su propio tiempo, el cual rompe con el ritmo cotidiano; el espacio se amplía y en él se auspicia el encuentro y el intercambio fuera del entorno doméstico; se come y se bebe por arriba del consumo ordinario dándose festines y comilonas en las que se derrocha lo anteriormente acumulado y se rompen reglas y costumbres entre las que destacan aquellas relacionadas con el orden sexual y la violencia.

No todo es nocivo, Emilio Durkheim afirmó que la fiesta y la efervescencia social que le es propia, así como el desarrollo artístico y lo concerniente al juego, tuvieron su origen en la religión y sus ceremonias al señalar "...toda fiesta da lugar a que los individuos se aproximen entre sí, se pongan en movimiento las masas y así se produzca un estado de efervescencia colectiva, incluso, a veces de delirio" (1968: 356). Sin embargo, esta forma de festejar responde a una lógica de orden-ruptura del orden y restauración del orden. Al dar cauce en un tiempo y espacio específicos a las conductas exaltadas de las personas, las cosas vuelven a la normalidad una vez terminada la fiesta, pues la pena de vivir ha recibido su premio y el control social se restablece.

En este sentido cumple con una función social en donde la sociedad se regenera (Rodríguez 2003: 5). La feria también responde a necesidades propiamente humanas, la búsqueda del placer es instintiva –diría Freud- y el participar en la fiesta constituye una ocasión para obtenerlo. Como afirma Durkheim, en las fiestas "el hombre se ve arrastrado fuera de sí, distraído de sus ocupaciones y preocupaciones cotidianas... se observan las mismas manifestaciones: gritos, cantos, música, movimiento, bailes, búsqueda de excitaciones del tono vital (1968:358). La idea de la fiesta como la realización de los excesos humanos, válidos sólo por ese lapso, al que sucede la redención, ha nutrido mucho del imaginario en occidente. La ética cristiana se inserta perfectamente en este orden de cosas. Al pecado le sigue el buen comportamiento, la cuaresma sucede a la feria. La culpa se lava en la restauración del orden, el inicio de la semana laboral al término de la feria marcan la voluntad de volver al buen camino.

La Feria de San Marcos tiene su origen en el año de 1828. Se celebró por primera vez como feria, del 5 al 20 de noviembre con permiso otorgado por el Congreso de Zacatecas. Fue en 1851, cuando el festejo se trasladó al jardín de San Marcos y además se recorrió al mes de abril, en plena primavera cuando el jardín tiene mejor aspecto y coincide con la celebración del evangelista.

Una reflexión pertinente sugiere señalar que en ese momento la feria "se transformó de feria de Aguascalientes a feria de San Marcos y cambió la época del año en que se realizaba..." (Gómez, 1985). Además del comentario que expresa Muñoz "Curiosamente, no es San Marcos el patrono del templo, en realidad este templo se dedica a Nuestra Señora del Carmen, aunque pocos en realidad tanto en la ciudad como fuera de ella conocen este hecho, es decir, a cualquier habitante se le puede preguntar por la ubicación del templo de la virgen del Carmen y muy pocos podrán responder sobre su existencia o ubicación" (Muñoz, 2003).

La feria se realiza inmediatamente después de la semana santa, por lo regular inicia a mediados de abril y termina en la primera o segunda semana de mayo. Es famosa por ser la

más alegre, relajada y la más completa: se ofrecen de diez a doce espectáculos gratuitos diariamente en diversos escenarios además de torneos de gallos; corridas de toros y novilladas; bailes, jaripeos, desfiles, eventos deportivos; exposiciones permanentes de artes plásticas, industria, ganadería, artesanía, textil y del vestido, entre otras, y sobre todo, destaca el desarrollo de un programa cultural muy intenso.

El teatro del pueblo desde 1999 llamado también "Foro de las Estrellas" y de manera gratuita se presentan artistas de todo tipo de música, desde muy comercial, hasta muy refinada. Las Bellas Artes se combinan con las diversiones bravas más gustadas y los espectáculos nocturnos con el culto evangelista a San Marcos. Al respecto Herrera subraya:

"...la cuaresma es austera y la semana santa está llena de actitudes religiosas, de recogimiento. Pero la población resucita de manera festiva en la feria de San Marcos, auténtico carnaval de 30 días, escape para propios y ajenos...se instalan cientos de puestos, hay juegos mecánicos, tablados donde se baila música guapachosa, se bebe en la calle...no faltan los toros en la plaza; los gallos y la jugada en un gran casino como en las vegas (1996: 43).

Es la única feria que había logrado montar un casino con todos los juegos de azar conocidos, aunque nuestra constitución los mantenga prohibidos (1996: 97). Bien sabido es por todos que aquí se da la tolerancia al juego de azar, el negocio más próspero de toda la feria; el asunto del casino, es un hecho consumado, y aunque no se permita el juego en otras partes del país, en Aguascalientes ya sentó sus reales por encima de la ley (Castillo 2000: 6).

La Feria a diferencia de otras, se desarrolla en un espacio abierto y público, con diversos accesos dado que son múltiples las calles por las que se ingresa al área ferial y por lo tanto por el acceso general a las instalaciones no se cobra la entrada. Se accede también, gratuitamente a múltiples espectáculos y exposiciones. La contraparte de esto son las terrazas, discos y restaurantes, ya que la mayoría de estos establecimientos no cobra "cover", pero se "emparejan" en el consumo. El área de la feria es pública, la ciudadanía percibe que ese espacio le pertenece, si bien en la realidad puede no ser así, en la práctica se genera un estado de excepción, donde la ciudad, a través de la feria, es tomada por la sociedad; por ejemplo dice Víctor Sandoval "la realización del Ferial en Palacio de Gobierno representaba la toma del palacio por la sociedad" (citado en Hornedo 1994: 94).

El Jardín de San Marcos es transitado por todo tipo de personas; al amanecer, es un espacio donde se concentra un número considerable de personas que acuden como todo el año a practicar caminata y trotar. Durante el día, ya en plan de paseo, se pueden dar algunas vueltas al jardín, descansar a la sombra de sus frondosos y añejos árboles aunque por la noche es relativamente menos concurrido, dado que el ambiente y el "relajo" tiene lugar en torno a la Expoplaza; ahí se contrata la tambora, se arma el baile al aire libre, se puede ir con la música al jardín, dar un recorrido por el área de las instalaciones o, si se prefiere, ubicarse en algún lugar cerca del casino o del "encierro"; se comparte la música, el bullicio y la alegría con cualquier persona que tenga ganas de bailar con su pareja. Después de la feria el jardín es un pequeño pulmón para la ciudad, refugio de enamorados y un rincón de relajamiento.

Los más 3,239 cuartos de los cerca de 70 hoteles de 1 a 5 estrellas existentes, se reservan con mucha anticipación y resultan insuficientes para alojar a todos los visitantes.

La mayoría de los hoteles solicita anticipos para asegurar reservaciones, y no es extraño que le fijen al turista un número mínimo de días de estancia. El nivel de ocupación en el año 2022, sin embargo, no fue el esperado, solo se generó un 66% de la ocupación hotelera, pero debemos considerar que en bastantes casos los habitantes de la ciudad de Aguascalientes reciben visitantes en sus hogares, ya sean parientes o conocidos o también el caso de las recientes modalidades de ocupación como las de aplicación, por ejemplo, mediante "airbnb."

Para inaugurar la feria asiste en representación del Presidente de la República un Secretario de Estado. La apertura ocurre oficialmente a las 10 de la noche del primer sábado del calendario ferial con la coronación de la reina en acto público y se remata con el baile de coronación, casi siempre el cual tiene un carácter más exclusivo. Pero para estas alturas de la noche la feria ya ha sido estrenada por todos los asistentes, ya que para ellos la fiesta empieza sin formalismos y desde temprano se puede ver a los chiquillos "subiéndose" a los juegos; a los jóvenes fuera de los "antros" esperando la cuenta regresiva, los salones de baile o abarrotando los tapancos; a los alegres "entrándole" al licor, los apostadores en el casino jugando a la rédina (ruleta), los albures, a la "veintiuna" o los dados.

Los adultos mayores y familias completas se ven con más regularidad en el jardín y los alrededores del templo; la tambora ya está en pleno junto con sus seguidores, el palenque ya se está abarrotando –aunque en ocasiones influye el artista que se vaya a presentar- y no se digan los toros: el público está "impaciente" por que empiece la temporada y en general de que inicie la feria aunque muchos tengan luego que acudir al banco de los pobres, es decir, dejar algo empeñado en el Monte de Piedad para reponer algo de lo que se gastaron.

La Feria transforma por varios días a los aguascalentenses y a los forasteros, para convivir todos juntos, formando una masa que convierte esta área en punto de reunión de la sociedad; pobres y ricos se pasean por el jardín, el palenque, el casino, la plaza de toros, exposiciones, comederos, bebederos, y toda esa gama de lugares que ofrece la feria. Entre el Bullicio y las desveladas se arrulla la frustración, la opresión y la conciencia colectiva experimenta una catarsis autorizada, ritual, compartida, deseada (Herrera 1996: 43).

"El lugar menos concurrido es el templo de San Marcos, en donde el evangelista desde las alturas se lamenta del relajo que se hace en su nombre, arrepentido de que una festividad religiosa se haya convertido en una gran fiesta pagana que trastoca a todo Aguascalientes. Pero así es la feria, a la que tanta fama, nacional e internacional le debemos" (Castillo 2000: 6).

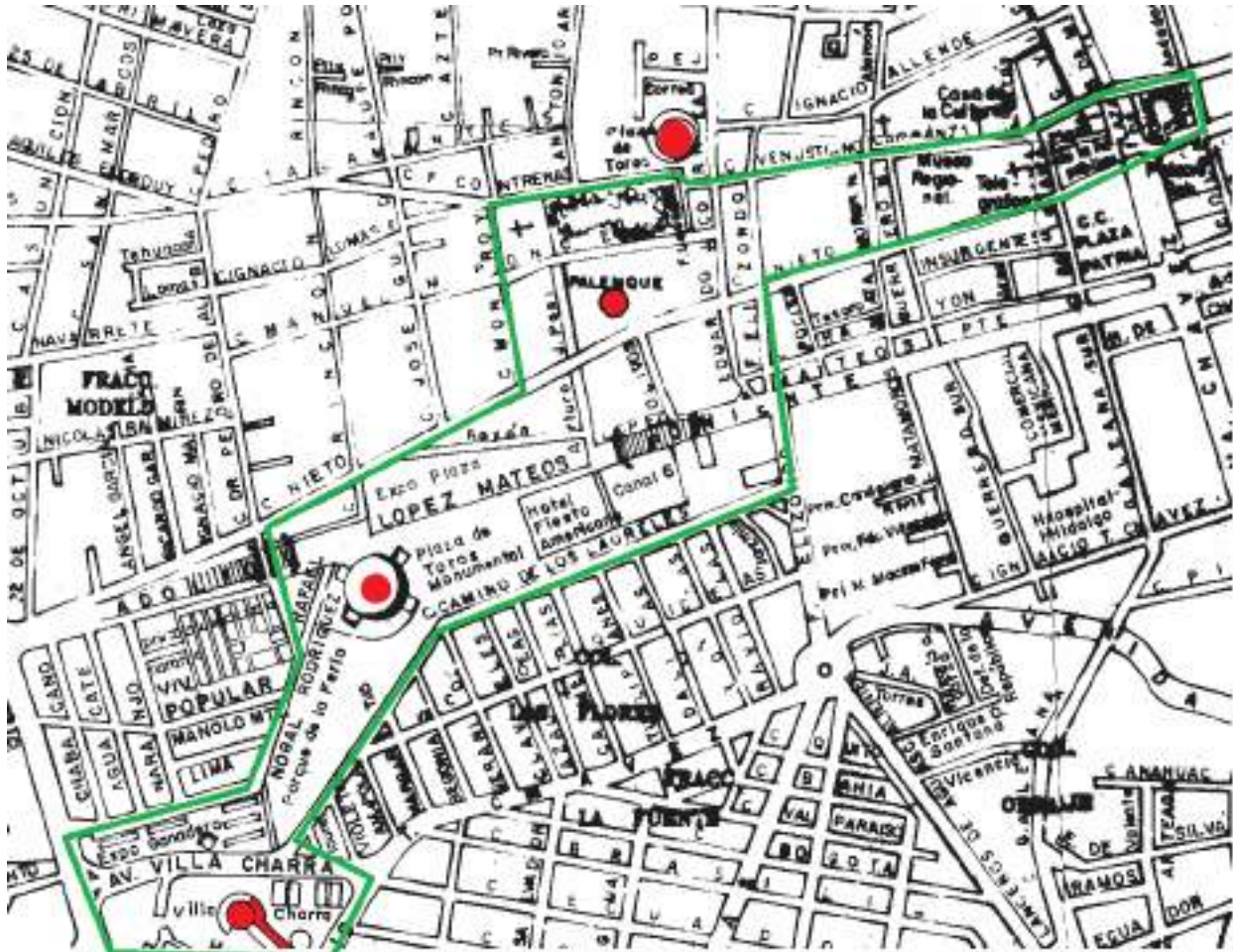
Este festejo ha transitado de lo religioso a lo profano; por ejemplo, en otro tipo de festejos se define con claridad su ascendente religioso como la fiesta a la Virgen de Guadalupe el 12 de diciembre o concretamente la Patrona de la ciudad, la Virgen de la Asunción el 15 de agosto, donde cada año culmina su adoración con una procesión religiosa denominada Romería formada por fieles católicos y carros alegóricos adornados con motivos religiosos. Volviendo a la Feria de San Marcos, ésta se ha secularizado a tal punto que es el Patronato⁴ quién la organiza. El patronato se rige por un reglamento legal que contempla su

⁴ Creado expresamente para eso- dependiente del gobierno del estado y es un organismo público, descentralizado. Para todos los efectos legales, el Patronato adquiere personalidad jurídica. Es responsable de la organización, fomento y comercialización de la feria.

personalidad jurídica y su autonomía, la presidencia del mismo es otorgada por el gobernador del estado y la secretaría por el presidente municipal de Aguascalientes.

La feria principia desde la postulación de candidatas a reina de primavera, una de las celebraciones más antiguas y renombradas de México pues tradicionalmente la reina se elige por votos que son comprados por los hidrocálidos durante la temporada de preparación -varias semanas antes-, haciéndose recuentos periódicos e informando a la población el resultado de los cómputos. Aunque Herrera afirma que “Quienes han participado en la contienda, aseguran que todos los años existe una candidata oficial, que difícilmente pierde la corona” (Herrera 1996: 99), Así como otras variantes de elección, como en el año 2022, en donde por haber sido interrumpida la feria dos años consecutivos por causa de la pandemia del covid sars-19, la reina y sus princesas fueron seleccionadas directamente por el Gobierno del Estado.

Mapa 1. Área de la Feria Nacional de San Marcos, año 2000.



Fuente: Elaboración propia. El área de la feria aún no incluye la Isla San Marcos, inaugurada en 2007.

La feria ocupa un lugar geográfico, es un polígono delimitado en el espacio urbano (mapa 1), tiene su perímetro, el cual es mayor a 90 hectáreas; en él se disfruta el templo, el jardín de San Marcos, las plazas de toros, los tapancos (antros), la exposición ganadera, los

juegos, los foros, el Lienzo Charro, la Expoplaza, la isla y muchos atractivos más; sin embargo, no es difícil decir que se desarrolla en toda la ciudad de Aguascalientes, puesto que muchos eventos se presentan fuera del área de la feria: carreras de caballos, desfiles, eventos deportivos, exposiciones, concursos y obras de teatro.

La feria ejerce influencia directa sobre la región. Recibe personas de los municipios colindantes de Jalisco, Zacatecas, Guanajuato, aunque también encontramos visitantes de otras partes del país, principalmente del D. F., así como del extranjero ya que muchos paisanos vienen especialmente a la feria, pasan aquí unos días. Generalmente no vienen solos pues traen a su familia, amigos o vecinos. Al recorrerla se puede observar que predominan los jóvenes en el área de la feria, los adultos y los niños presentan menor afluencia, obviamente se vuelve necesario señalar que por sectores se observa una homogeneidad en el uso de los espacios según preferencias o gustos, baste decir que en el área de juegos lo que predominan son adultos y niños, mientras que, por ejemplo en el casino predominan los adultos (por estar prohibida la entrada a menores de 18 años), también, en el área de los antros predominan adolescentes y jóvenes.

No hay barreras claras que impidan a las clases sociales que se entremezclen y sin embargo, ellas evitan cuidadosamente mezclarse. Aunque la formación del espacio social es claramente clasista, la forma en que se configura el imaginario social alrededor de este espacio es muy especial. En la formación del imaginario de las personas de clase baja se piensa que el casino, los gallos, sus excesos de juego y apuestas no sólo son una parte constitutiva de la feria sino que forman una parte fundamental de la misma. Del lado de las clases medias y altas sucede otro tanto, consideran que los bailes del pueblo, sus tamboras y sus borracheras, también son parte indispensable de la feria (Castaings 1997).

La feria presenta transformaciones importantes con el transcurso del tiempo, hoy la podemos percibir como espacio urbano, como espacio social, como lugar que confronta lo público con lo privado, como espacio que confronta la modernidad, con la tradición, las generaciones, las costumbres. Sin embargo no hay que olvidar la magnitud del cambio demográfico. En teoría, Aguascalientes es un espacio que contiene 900,000 habitantes de la ciudad, y potencialmente 1.4 millones de habitantes de la región; por decirlo de alguna manera, la ciudad era pequeña, ahora la ciudad ha crecido, y con ella se ha incrementado la necesidad de generar más espacio para su realización.

A finales de los años setenta la feria se concentraba en torno al jardín de San Marcos. La alegría y el bullicio se daban ahí, la familia convivía en lo que se puede considerar el antecedente directo de “la disco”, las terrazas, “tapancos”, o junto al viejo Kiosco ubicado en el centro del jardín, comían en los restaurantes improvisados donde era conocida su gran variedad de antojitos, o bien, si se disponía de centavos extra se podía acudir a alguno de los restaurantes establecidos que aprovechaban estar dentro de la zona ferial como por ejemplo, “La Majada”. Los juegos mecánicos se ubicaban a un lado del templo; las jóvenes daban el paseo por el jardín y no faltaba el galán que les obsequiara un ramillete de claveles u otro tipo de flores muy vistosas y, si la “chava” se impresionaba, lo más seguro era que se la invitara a ver las exposiciones, los juegos, a cenar, o mejor aún, se podía convenir en asistir a uno de los muchos salones que rodeaban el jardín. Sin duda, uno de los más famosos fue “Los Globos”, ahora prácticamente en desuso. Queda claro que la fiesta giraba y se realizaba en torno a el jardín y templo de San Marcos.

Imagen 1 Plaza de toros Monumental en la década de 1980.



Fuente: Aguascalientes de México. Portal de noticias. 19 de junio de 2020 en:
<https://www.facebook.com/AguascalientesdeMexico/posts/pfbid0Fqen4WgrxmC3MciAmoSBb5CMrTVb2Y3PQkMNyV2dhwkBiB1za7pgFWLaJ5WL6v4l>

Para los años ochenta, la feria redefinió sus fronteras espaciales, se extendió y abarcó nuevas áreas rebasando la avenida Adolfo López Mateos. En los noventa, el parque de la feria se convirtió en la Expoplaza; hoy la exposición ganadera logra que el área ferial se extienda hasta avenida de la Convención de 1914 (primer anillo de circunvalación). Además se remodeló la Plaza de Toros y se amplió su capacidad. Los espectáculos son variados, para todo público y en general tienen buena aceptación, sin embargo la proporción de asistentes a una presentación gratuita de la orquesta sinfónica de Aguascalientes es mínima comparada con la presentación pagada de un cantante de moda que tararea el mismo estribillo. No deja de extrañar que los museos y galerías no tengan incrementos sustanciosos en sus visitas, pese a la gran cantidad de turistas que se encuentran en la ciudad (Moreno 2000: 29).

Imagen 2. Panorámica de la Plaza Monumental, Año 2004 y 2022.



Fuente: Metropolitano Aguascalientes.
<https://www.facebook.com/MetropolitanoAguascalientes/posts/pfbid0Qbv5djDybKXDC1698niugmYv24Jq391Rz49MSsFUKkcfKBdaWCxno824TJKPeg4Wl>

A la feria se le ha dado la denominación de "la cantina más grande del mundo", es una expresión tal vez exagerada que no deja de preocupar a las autoridades, sobre todo porque son los jóvenes quienes más consumen bebidas espirituosas. Esta denominación también la comparten otros eventos conocidos, como algunos carnavales y además no es nueva, al respecto, escribió De Alba, "Si mal no recuerdo, tendría unos seis o siete años, cuando escuché a mi papá y algunos de mis amigos quejarse de que el perímetro de la feria era la mayor cantina del mundo y de eso ya han llovido unos treinta y cinco años" (De Alba 1991: 19).

La feria es segura en un sentido general, aunque es un hecho que se han presentado incidentes graves -la mayoría de las veces no pasan de ser escaramuzas- que se arman espontáneamente al calor del alcohol. No faltan las fotografías de los diarios amarillistas de la ciudad que se dedican a mostrar explícitamente a jóvenes y adultos "perdidos" por la embriaguez. Lo cierto es que durante casi un mes que dura la feria, la mayoría de los bares y discotecas de la ciudad se toman sus vacaciones anuales por falta de clientes, exceptuando los cercanos al área ferial.

Es común leer o escuchar en radio y prensa local declaraciones en torno a estadísticas que muestran un incremento en el registro y denuncia de los delitos de abuso sexual, estupro, robo, suicidios y accidentes viales relacionados con el licor durante la temporada de feria, y sobre todo no ha faltado el obispo en turno asustado por la gravedad del relajamiento social, pérdida de valores y libertinaje cuyos efectos son observables en los meses de enero y febrero de cada año al incrementarse -según esa fuente religiosa- los nacimientos de hijos de madres solteras y sobre todo de adolescentes. Al respecto, se exagera en este tipo de declaraciones, al menos porque realmente nunca se ha realizado un estudio serio que corrobore estas afirmaciones expresadas más por creencias y juicios de valor en donde en ocasiones parece que se busca más que nada cierta notoriedad.

Imagen 3. Andador El Encierro 2019 y Explanada Expoplaza 2022.



Fuente: <https://www.bing.com/images/search?view=detailV2&ccid=NPyaPeVi&id=6E3A2B6D54D08585BD4EAC5FB8F43481ABE5A929&thid=OIP>.

No se descalifican las declaraciones que antes, durante y después de la feria en este sentido, pero sí se precipitan quienes las hacen sin tener los elementos suficientes (cuando

menos contar con los registros por edad y estado civil de forma mensual, así como otro tipo de indicadores), sobre todo, en la mayoría se pueden prestar a manipulaciones de grupos específicos como los católicos.

“Según esas voces discordantes la feria es una gran concentradora de las peores tendencias humanas y un escenario mercantilizado al extremo. Y aunque efectivamente tienen lugar hechos que resultan desagradables, como el ya agravante exceso en el consumo de bebidas embriagantes, no es cierto que la verbena haya degenerado de la manera que exageran sus detractores” (Hidrocálido 2003).

Más allá de esta controversia, en la feria se vive el ambiente festivo; chicos y grandes se divierten cada cual en su respectiva dimensión. La mayoría de los días que dura la feria son de autentico bullicio, y algunos días en el perímetro de la fiesta no pasan las horas pues a las dos o tres de la mañana apenas se está llegando a su máximo clímax, porque la gente está dispuesta a prácticamente amanecer ahí. Una buena descripción metafórica de este fenómeno lo encontramos en el trabajo de Antonio A. Guerrero:

“Piérdete al paso de las horas hasta que los bolsillos y el cuerpo pidan paz. Es un punto que se borra en la memoria, un paréntesis pactado que todos solapan y reivindican desde hace más de un siglo. Es la feria ...el caminar sin rumbo de tanta gente es como un himno al festejo colectivo... Mejor morir con la noche, mejor vivir con la feria” (1997: 8).

En la feria todos somos actores, aunque no tenemos acceso directo a la organización pero participamos activamente en los festejos. La feria es importante porque en esos días la ciudad es el escenario de feria, lo que pasa en el perímetro ferial incumbe a todos, y todos por diferentes razones los políticos, los gobernantes, los empresarios, los católicos, los comerciantes, los jóvenes, los adultos, las mujeres, etc. la atención de la población está en la feria. En ocasiones llega a haber tanta gente paseando que no se puede practicar caminar; da la apariencia de estar concentrada toda la población de la ciudad en este espacio, donde lo mismo se puede ir caminando al lado de un desconocido que estar apostando en las mesas del casino con algún artista famoso.

El carácter cosmopolita que hoy presenta la sociedad hidrocálida no permite observar con claridad una costumbre palpable hasta hace algunos años: los “estrenos”, ricos y pobres, chicos y grandes, hombres y mujeres se preparaban con sus ahorros para comprar con anticipación la ropa y accesorios para lucir en el jardín, en los juegos, en el casino y en los eventos y espectáculos a los que asistían. Es claro que la gran variedad de ropa y accesorios que se ofrecen en los diversos centros y tiendas comerciales de la ciudad se consumen poco o mucho durante el año. Otro elemento importante es la saturación de visitantes en la ciudad. En este periodo son comunes los parientes de visita por algunos días en la mayoría de los hogares; los hoteles se saturan a su máximo cupo, algunas personas se contactan con el patronato para ofrecer su casa o algún cuarto en renta, y no ha faltado el taxista, después de llevar al turista por varios hoteles y comprobar la falta de hospedaje, llega a un arreglo para hospedarlo en su casa, con algún pariente o con algún conocido suyo.

Definitivamente, en Aguascalientes hay fiesta, no se diga los fines de semana; los días principales la actividad inicia desde temprano como el 25 de abril, el desfile de primavera finaliza alrededor de las 11 de la mañana, o el 1° de mayo después del desfile de obreros; en ambos casos, en el momento de finalizar ambos eventos, la mayoría de los asistentes, movidos por un acuerdo tácito se dirigen en grandes contingentes hasta las instalaciones de la feria para disfrutarla “hasta que el cuerpo aguante”.

La avenida Adolfo López Mateos se convierte en autentica puerta de entrada vehicular de acceso y aforo hacia el oriente-poniente, por lo cual en ocasiones se puede circular por esta avenida en la madrugada y da la apariencia de ser las ocho o nueve de la noche; las vacaciones escolares se hacen coincidir para alterar lo menos posible las actividades académicas, y no es difícil comprobar el incremento del ausentismo laboral, y la asistencia al trabajo en cierto grado de embriaguez. Finalmente, el corazón simbólico de la feria sigue siendo el jardín y el templo de San Marcos para los aguascalentenses, sobre todo el jardín se vuelve un lugar obligado para transitar por él aunque sea una vez durante la temporada de feria. Aunque no deja de ser visitado todo el año, sobre todo los domingos llega a ser tal el ambiente que en ocasiones da la apariencia que la feria es permanente, claro, sin llegar a los niveles de carnaval de “las fiestas de abril”, como antiguamente denominaba a la feria la vox populi.

Es evidente que la feria ha perdido su carácter religioso y ahora es completamente laica. La organización es por parte del Patronato y donde el presidente de este organismo es designado por el Gobernador en turno. Los festejos inician el 1 de abril con la mañanitas (en la explanada del jardín, fuera del templo) y según Muñoz “el 25 de abril se celebra a San Marcos Evangelista con un triduo; no se hacen más actos en el templo” (1996: 89), pues queda dentro de la feria nacional de San Marcos. Hace algunos años se instauró un novenario para honrar a este santo, incluso se hace una procesión alrededor del templo llevando en hombros a San Marcos, pero en esencia el resultado es el mismo; salvo algún vecino del barrio que frecuenta ese templo, la gente que asiste a la feria no se entera de nada de esto y, si llegan a enterarse continúan en la fiesta como si nada.

Aún más significativo es el comentario de Gutiérrez: “la Feria de San Marcos debe su importancia no a la asociación de una imagen milagrosa, sino a que Aguascalientes, eslabón de comercio y alegría, ha sabido incorporar cuanto es de atracción para la gente” (1994: 5). Después de la tempestad viene la calma: después del gasto, el desenfreno, la libertad de tomar, bailar y gritar en la vía pública queda atrás; se acaba la tolerancia, inicia el regreso a clases, la reanudación de labores, que en este periodo quedan semiparalizadas, la sociedad se avoca a “la reconquista de la decencia y del espíritu después de desenfrenar la carne. El calendario ritual continúa” (Herrera 1996: 44).

Nuevo espacio de Feria: La isla San Marcos

En la Isla San Marcos inaugurada en 2007 y ubicada en el Boulevard San Marcos, se desarrolla la mitad de la Feria Nacional de San Marcos, dentro de sus 44 hectáreas se encuentran varios atractivos que han sido trasladados hacia ella y que dotan de identidad a la verbena máxima en Aguascalientes como: La exposición ganadera, los juegos mecánicos, los locales

gastronómicos con muestras culinarias tanto de Aguascalientes como de otras partes del país, así como la exposición Agroalimentaria (imagen 4).

Imagen 4. Panorámica diurna y nocturna de la Isla San Marcos.



Fuente: <https://www.aguascalientesmexico.com.mx/islasanmarcos/>

A diferencia del espacio tradicional de feria entorno al jardín de San Marcos y la Monumental Plaza de Toros, el ingreso a este espacio es controlado, se cierra alrededor de las doce de la noche y por lo tanto no existe el mismo ambiente bohemio, aunque se ingieren bebidas embriagantes es un lugar más familiar. Otra diferencia es su uso casi permanente, que no sucede con la infraestructura creada en la zona del encierro y los andadores de la expoplaza, mismos que permanecen ociosos la mayor parte del año. Durante gran parte del año se desarrollan regularmente diversos eventos musicales; artísticos y exposiciones especiales.

Su ambiente ecológico permite realizar múltiples actividades al aire libre, apreciar el lago artificial con sus enormes fuentes y su islote, o caminar entre sus senderos llenos de vegetación y de palmeras. Ahí se encuentra el reloj mecánico más grande de Latinoamérica, con veintisiete metros de diámetro. Uno de los eventos importantes en esta Isla es el “Festival de Calaveras” realizado a finales de octubre y principios de noviembre.

Imagen 5. Panorámica de la Isla San Marcos sin eventos.



Fuente: <https://www.aguascalientesmexico.com.mx/islasanmarcos/>

Este festival se ha convertido en la segunda verbena más importante del Estado, donde se dan cita miles de personas para disfrutar por 10 días de un sinfín de eventos, tradiciones, exposición, color y alegría que se vive en este Festival. Con motivo de este festival se construyó la llamada “Catrina Monumental” una escultura de quince metros en honor a la obra más importante de Posada. Dentro de la Isla San Marcos, posterior a una controversia sobre los derechos de tenencia de suelo a favor de un particular, el Gobierno del Estado debió renunciar a la posesión de buena parte del Lienzo Charro ubicado en el área de la feria, por esa razón se construyó un nuevo Lienzo Charro en el lugar donde se ubicaba la montaña rusa, el nuevo lienzo se Inaugura como la Arena San Marcos. Su primer gran evento fue ser sede del LXXVII Congreso y Campeonato Nacional Charro 2021. Este recinto tiene capacidad para recibir a siete mil 312 personas, distribuidas en distintos niveles de gradas y 18 palcos; cuenta con una altura de 38.5 metros y se encuentra techada en su totalidad, con isóptica adecuada para que el espectador pueda tener visibilidad desde cualquier lugar. (Orozco, 2021).

Resultados recientes de la Feria

Luego de suspenderse durante dos años debido a la pandemia de Covid 19, se realizó del 16 de abril al 8 de mayo la Feria Nacional de San Marcos en su edición 2022 con sus 194 años de vida. Según la Secretaría de Turismo Estatal sobre los resultados de la verbena, señala hubo un total de 9 millones 022 mil 442 visitas y una derrama económica de 8 mil 013 millones 613 mil pesos (cuadro 2), misma que contribuyo a reactivar el desarrollo económico de las familias locales.

Al respecto, el Patronato de la FNSM, dio a conocer que se generaron 10 mil 424 empleos directos, aparte de otros 21 mil que se tuvieron de manera indirecta (Esparza, 2022). Se aporta datos obtenidos durante los 23 días de fiesta derivados de encuestar a las y los feriantes y conocer la opinión sobre los eventos realizados, la frecuencia de sus visitas y la actividad comercial. Se estimó que de los 9 millones 022 mil 442 visitantes a las instalaciones de la Feria, 54% fueron mujeres, mientras que hombres el 46%. En cuanto a la edad, el 41% tienen entre 18 y 29 años, el 29% entre 30 y 44 años, 22% entre 45 y 59 años de edad y el 8% son personas de 60 o más años.

El 32% de los visitantes a la feria residen en Aguascalientes, el 16.3% son residentes de la Ciudad de México, el 16% son de Jalisco, el 14.9% de Zacatecas, 8.6% de Guanajuato y en menores proporciones asisten habitantes de otros estados del país. En cuanto a los visitantes extranjeros, el 66% que arribó a la entidad fue proveniente de Estados Unidos, el 9% de Chile, mientras que con el 5% encontramos turistas de Colombia, España, Argentina, Francia y Perú. Eso sin contabilizar los de origen Chino, Japonés, Coreano y de otras nacionalidades radicados en el Estado. El 94% de los visitantes la calificaron de excelente y buena, mientras que el 99% dijeron estar dispuestos a regresar a vivir esta experiencia. Sobre la seguridad, hubo una percepción de los feriantes del 92% como una feria segura, gracias a la participación de las distintas corporaciones policiales.

En cuanto a la asistencia de algunos espacios, el Foro de las Estrellas recibió a 419 mil 500 feriantes, siendo la actividad más concurrida; además, el lugar de preferencia de las familias y turistas fue la isla San Marcos con dos millones 961 mil 740 de visitas. Dentro de

este recinto dedicado a la convivencia familiar, se registró un millón 400 mil asistentes a la Expo Ganadera, un millón a la Expo Agroalimentaria y al Pabellón "Hecho en Aguascalientes" 400 mil y más de 121 mil personas que vieron el espectáculo Illusion on Ice.

Cuadro 2. Estadísticas seleccionadas 2018-2023

Concepto/año	2018	2019	2022	2023
Visitantes	7 976 677	8 100 700	9 022 422	9 800 000
Derrama económica	7,763 044 821 (7 mil 763 millones 44 mil 821 pesos)	9 586 662 146 (9 mil 586 millones 662 mil 146 pesos)	8 013 613 000 (8 mil 13 millones 613 mil pesos)	9 280 000 000 (nueve mil 280 millones de pesos)
Generación de empleos	Sin especificar	Sin especificar	10 423 directos 21 000 indirectos	12 276 directos 24 500 indirectos

Fuente: Elaborado con información del Patronato de la Feria Nacional de San Marcos.

Otras actividades como el serial taurino tuvo 103 mil 113 asistentes, en el Foro del Lago 89 mil 800, el Palenque de la Feria tuvo una audiencia de 115 mil 400 asistentes, las charreadas en la Isla San Marcos 16 mil 500 espectadores; la Expo Industrial fue visitada por 347 mil 230 feriantes, el Pabellón Turístico Artesanal 441 mil 854 visitantes, en su totalidad el programa cultural fue visto por 164 mil 472 personas, el desfile de primavera más 103 mil personas lo presenciaron, el ferial con 31 mil 500 asistentes y los eventos deportivos con 14 mil 238 espectadores. Para contrastar, los resultados más relevantes que dejó la FNSM correspondiente a la edición 191 celebrada en 2019, da cuenta de una derrama económica de 9 mil 586 millones 625 mil 146 pesos lo cual representa un incremento del 23.49 por ciento en comparación con el año 2018, cuando se registró una derrama de 7 mil 763 millones 44 mil 821 pesos (Rodríguez, 2019).

La afluencia fue de 8 millones 100 mil 700 visitantes, lo que significa un ligero crecimiento del 1.55 por ciento con relación a la edición anterior, cuando se registró una concurrencia de 7 millones 976 mil 677 visitantes. En esta año, el 60.30 por ciento de los visitantes fueron feriantes locales, y el 39.70 por ciento turistas (38.50 por ciento nacionales y 1.20 por ciento internacionales). La ocupación hotelera registró 89 mil 715 cuartos ocupados y 153 mil 530 turistas noche. El 91.7 por ciento de los feriantes se mostró satisfecho con la Feria Nacional de San Marcos (el 55.5 por ciento la calificó como buena y el 36.2 como excelente). Sólo el 7.7 por ciento la definió como regular y el 0.6 por ciento como mala. El 92.8 por ciento de los feriantes se mostraron complacidos con la organización de la feria; el 90.4 por ciento con la seguridad, y el 87.2 por ciento con la limpieza.

El perfil de edad predominante en la FNSM oscila entre los 26 y 45 años de edad, representando el 36 por ciento de los feriantes que visitaron la verbena. Le siguen los grupos de 18 a 25 años de edad (22.3 por ciento), 0 a 12 años (16 por ciento), 46 a 60 años (13.4 por ciento), 13 a 17 años (8.3 por ciento), y 61 años o más (4 por ciento). El 53.30 por ciento de los visitantes fueron mujeres; el 46.70 por ciento, hombres. Más de la mitad de los visitantes acudió acompañado de sus familiares (56.70 por ciento). El 22.10 por ciento lo hizo con su pareja, el 13.50 por ciento con sus amigos y el 7.70 por ciento solos.

El Foro de las Estrellas alcanzó los 412 mil 800 espectadores. Calibre 50, Los Tigres del Norte y Panteón Rococó y Armando Palomas fueron los artistas que más público reunieron. Por último, el Desfile de Primavera reunió a 101 mil 200 asistentes; mientras el Pabellón Turístico y Artesanal registró la visita de 494 mil 879 personas.

Conclusiones

La Feria Nacional de San Marcos es el evento masivo que convoca más público y tiene las dimensiones temporal y espacial más amplias entre los sucesos que acontecen en la ciudad de Aguascalientes. La forma que un evento de esta naturaleza y dimensiones afecta necesariamente la vida social, económica, política y cultural no se puede soslayar, razón por la cual no es de extrañar que todos los actores sociales -de la más diversa jerarquía y posición social- le atribuyan efectos que pueden ser valorados de manera positiva o negativa. Se pueden visualizar efectos positivos derivados de la derrama económica que produce el turismo que con ocasión de la fiesta acude a la ciudad. También es más que ostensible el beneficio que por la generación extraordinaria de empleos temporales se produce. A esto se tiene que añadir los efectos que sobre la circulación de capital y del consumo tiene el evento, inyectándole dinamismo a la economía local.

La manera en que se organiza y realiza la Feria Nacional de San Marcos es definida por la administración del Gobierno del Estado, ya sea a través del Patronato de la Feria o de la Secretaría de turismo. El orden municipal de gobierno no administra ni organiza directamente, pero coadyuva de manera coordinada en la procuración, atención y disponibilidad de los servicios inherentes a la realización de la feria. Se recomienda continuar integrando de manera coordinada los elementos necesarios y suficiente en la organización de la Feria, ya sea en cuanto a la propuesta de eventos y la forma en que se ofertan o bien en la distribución de espacios en donde se realizan. Por otro lado el crecimiento físico, espacial y poblacional de la ciudad exigió la ampliación del perímetro ferial a más del doble de su espacio original, sin embargo en la actualidad existe un intersticio de aproximadamente un kilómetro entre la Plaza de Toros Monumental y la Isla San Marcos que rompe la continuidad del espacio y desarticula el festejo. En apariencia quienes visitan la Isla San Marcos asisten a la Feria, pero en los hechos, al ser dos espacios diferentes, o se asiste a la Feria o se asiste a la Isla. Se recomienda instrumentar nuevas y mejores estrategias de integración entre los eventos y atractivos que se ofrecen en las dos áreas señaladas.

Referencias

- Acosta Ruiz, Daniel y Padilla Lozano, Fernando.** (2020). El espacio público como herramienta fundamental para la creación del derecho a la ciudad. En Hábitat y ciudad contemporánea. Patrimonio, territorio e interdisciplina. UAA, pp. 259-270.
- Castillo, Carlos del** (2000) "La Feria de San Marcos", en Perfiles, Aguascalientes, año 1, Núm. 6, septiembre, 5-7.
- Durkheim, Emilio.** (1968) Las formas elementales de la vida religiosa, Editorial Schapire, Buenos Aires, Argentina, 457 p.
- Esparza, Andrea** (2022). "Deja la Feria derrama de 8 mil mdp". El Sol del Centro, Aguascalientes, miércoles 22 de junio, página 4.
- Gómez Serrano, Jesús,** (1985) Mercaderes, Artesanos y Toreros, la feria de Aguascalientes en el siglo XIX, Instituto Cultural de Aguascalientes, México.
- Guerrero, Antonio** (1997) Atlas de México, ICA, Aguascalientes, 120 p.

- Herrera Nuño, Eugenio.** (1996) Aguascalientes: sociedad, economía, política y cultura, México, D. F. UNAM, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, segunda edición, 147 p.
- Hornedo Marín, Ana Cecilia.** (1994) Descentralización cultural en Aguascalientes, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Tesis de Licenciatura, 250 p.
- Moreno Ramos, Víctor.** (2000) “Festival en San Marcos”, en Perfiles, Aguascalientes, Año II, Núm. 12, Mayo , 18-31.
- Muñoz Díaz, Miguel.** (2003). Entrevista a experto en temática religiosa. Aguascalientes.
- Orozco Sandoval, Martín.** (2021). Inauguran la Arena San Marcos. Recuperado 4 de noviembre en <https://www.msn.com/es-mx/noticias/mexico/inauguran-la-arena-san-marcos-en-aguascalientes-sede-del-congreso-nacional-charro/ar-AAQkjYV>
- Rodríguez Morales, Zeyda.** (2003) “La noche: el territorio fragmentado de la fiesta juvenil”, en CIUDADES, Puebla, México, Red Nacional de Investigación Urbana, Num. 58, abril-junio, 3-13.
- Rodríguez, Gerardo.** (2019). Estos fueron los resultados de la FNSM 2019. Líder. 29 agosto, en <https://www.liderempresarial.com/estos-fueron-los-resultados-de-la-fnsm-2019/>

Gestión de los territorios.
Innovación tecnológica, capital humano
y turismo con innovación social y sustentabilidad,
de la Colección Nuevas territorialidades. Gestión de los territorios
con inclusión, innovación social y sostenibilidad, es una
obra de la Asociación Mexicana de Ciencias para el
Desarrollo Regional y la Universidad Nacional
Autónoma de México. Se terminó de editar en
noviembre de 2023 bajo soporte
digital. El cuidado de la edición
estuvo a cargo de Karina
Santiago Castillo e Iván
Sánchez Cervantes.
La formación y el
diseño editorial
se llevó a
cabo por
© Armultimedios.

La colección **“Nuevas territorialidades. Gestión de los territorios y recursos naturales con sustentabilidad ambiental”** se integra por trabajos de reflexión académica realizados por especialistas, en torno a disciplinas y temáticas varias.

En esta etapa post-pandémica, los países se encuentran en un proceso de recuperación económica, incluido México. En este escenario se requiere considerar en la configuración de las nuevas territorialidades que se tengan como ejes articuladores la gestión de los territorios con inclusión, innovación social y sustentabilidad.

Colección
“La Región Hoy”
www.amecider.org

